

**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 BODEGAS, DISTRITO
ÁNDRES AVELINO CÁCERES, AYACUCHO, 2019**

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

AUTORA

TINEO GUTIERREZ, RODNINA

ORCID: 0000-0003-0798-720X

ASESOR

MGTR. QUISPE MEDINA, WILBER

ORCID: 0000-0002-4052-5018

AYACUCHO – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

TINEO GUTIERREZ, RODNINA

ORCID: 0000-0003-0798-720X

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, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de
Administración, Ayacucho, Perú

JURADO

MGTR. BERROCAL CHILLCCE, JUDITH

ORCID: 0000 – 0002 – 9569 - 9824

MGTR. JAUREGUI PRADO, ALCIDES

ORCID: 0000 – 0002 – 6611 – 9480

MGTR. TIPE HERRERA, CARLOS CELSO

ORCID: 0000 – 0002 – 4439 – 1448

HOJA DE FIRMA DE JURADO Y ASESOR

MGTR. BERROCAL CHILLCCE JUDITH

PRESIDENTE

ORCID: 0000-0002-9569-9824

MGTR. JAUREGUI PRADO ALCIDES

MIEMBRO

ORCID: 0000-0002-6611-9480

MGTR. TIPE HERRERA CARLOS CELSO

MIEMBRO

ORCID: 0000-0003-4439-1448

MGTR. QUISPE MEDINA WILBER

ASESOR

ORCID: 0000-0002-4052-5018

AGRADECIMIENTO

A Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban.

Agradezco a la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote por ser la Institución que sujetó mis mejores momentos como estudiante.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres por brindarme el apoyo incondicional y por inculcarme lo importante que significa ser un profesional.

A mi asesor quien nos guía constantemente con su conocimiento y motivación.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo principal Identificar las características del liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas rubro bodegas, distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho, 2019. La metodología utilizada se basa en un estudio de tipo de investigación aplicada, de nivel descriptivo, de enfoque cuantitativo para poder cuantificar alternativas de solución. Los resultados obtenidos muestran que el liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas rubro bodegas, distrito Andrés Avelino Cáceres es negativo en el sentido que el jefe no sabe inspirar a sus trabajadores (60%); además de que no hay una orientación ni comunicación hacia los trabajadores(55%); tampoco existe el optimismo del propietario hacia los trabajadores (58%); también el propietario no transmite autoestima con los trabajadores (65%); así mismo los trabajadores no reciben ningún tipo de reconocimiento (78%); así mismo el propietario no es honesto en poner los precios de sus productos que vende en la bodega (45%); además el propietario no demuestra se empático con sus trabajadores (50%).Concluyendo que el liderazgo carismático como solución permite al líder lograr que sus trabajadores le ayuden no sólo a alcanzar los objetivos trazados, sino también a un compromiso, siempre y cuando el propietario demuestre entusiasmo y los motive a los trabajadores para que así ellos al verse motivados darán lo mejor de cada uno para lograr los objetivos de las bodegas.

Palabras Clave: Confianza, Liderazgo carismático, Positivo y Visión.

ABSTRACT

The main objective of this research is to identify the characteristics of charismatic leadership in micro and small companies in the winery sector, Andrés Avelino Cáceres district, Ayacucho, 2019. The methodology used is based on a type of applied research study, at a descriptive level, of quantitative approach to be able to quantify solution alternatives. The results show that the charismatic leadership in the micro and small companies heading warehouses, Andrés Avelino Cáceres district is negative in the sense that the boss does not know how to inspire his workers (60%); in addition to that there is no orientation or communication towards the workers (55%); There is also no optimism from the owner towards the workers (58%); also the owner does not transmit self-esteem with the workers (65%); likewise, workers do not receive any type of recognition (68%); likewise the owner is not honest in putting the prices of his products that he sells in the winery (45%); In addition, the owner does not show empathy with his workers (50%). Concluding that charismatic leadership as a solution allows the leader to have his workers help him not only to achieve the objectives set, but also to a commitment as long as the owner shows enthusiasm before the workers so that when motivated they will give the best of their each to achieve the objectives of the wineries.

Key Words: Trust, Charismatic Leadership, Positive and Vision.

CONTENIDO

HOJA DE FIRMA DE JURADO Y ASESOR.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN.....	vi
CONTENIDO	viii
INDICE DE TABLAS	x
INDICE DE GRAFICOS	xi
I. INTRODUCCIÓN	12
II. REVISION DE LA LITERATURA.....	16
2.1. ANTECEDENTES.....	16
2.1.1. Antecedentes Internacionales	16
2.1.2. Antecedentes Nacionales.....	17
2.1.3. Antecedentes locales	20
“2.2. BASES TEORICAS DE LA INVESTIGACION “.....	22
2.2.1. LIDERAZGO CARISMATICO.....	22
2.2.2. LAS CUALIDADES DE UN LÍDER CARISMÁTICO.....	23
2.2.3. Importancia Del Liderazgo.....	25
2.2.4 Tipos de liderazgo	26
2.2.5. INFLUENCIA DEL LIDERAZGO EN LAS PERSONAS	27
2.2.6. SIETE CUALIDADES DE LÍDERES CARISMÁTICOS:	29
2.2.7. DEFINICION DE LAS DIMENSIONES	32
2.2.7.1. VISION DEL LIDER.....	32
2.2.7.2. CARÁCTER POSITIVO	34
2.2.7.3 EMOCION	36
2.3. Marco Conceptual	38
III. HIPOTESIS.....	39
IV. METODOLOGÍA	39
4.1. Diseño de la Investigación	39
4.2. POBLACION Y MUESTRA	40
4.3. MATRIZ DE OPERALIZACION	41
4.4. TECNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIONDE DATOS.....	42
4.4.1. TECNICAS. La técnica realizada es la	42
4.4.2. INSTRUMENTOS.....	42
4.5. PLAN DE ANÁLISIS	42
4.6. MATRIZ DE CONSISTENCIA	43
4.7. PRINCIPIOS ÉTICOS	44

V. RESULTADOS.....	45
5.1. resultados.....	45
5.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	55
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	61
BIBLIOGRAFÍAS.....	64
ANEXOS.....	67
ANEXO N° 1.....	68
ANEXO N° 2.....	69
ANEXO N° 3.....	70
ANEXO N° 5.....	72
ANEXO N° 6.....	74
ANEXO N° 7.....	75

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.El jefe tiene un objetivo futuro en mente para aplicar en su bodega.....	45
Tabla 2.Usted considera que el jefe sabe inspirar.....	46
Tabla 3.El jefe orienta y mantiene comunicación con sus trabajadores	47
Tabla 4.El jefe de la bodega se muestra alegre cuando realizan una buena atención al cliente	48
Tabla 5.El jefe transmite la autoestima a los trabajadores.....	49
Tabla 6.El jefe brinda reconocimiento cuando sus ventas incrementan.....	50
Tabla 7.El jefe es honesto en poner los precios justos de sus productos en su bodega..	51
Tabla 8.El jefe motiva con algún incentivo en fechas festivas.....	52
Tabla 9.El propietario asume un rol solidario con los trabajadores	53
Tabla 10.El jefe refleja buen trato con sus trabajadores	54

INDICE DE GRAFICOS

Figura 1.El jefe tiene un objetivo futuro en mente para aplicar en su bodega	45
Figura 2.Usted considera que el jefe sabe inspirar	46
Figura 3.El jefe orienta y mantiene comunicación con sus trabajadores.....	47
Figura4.El jefe de la bodega se muestra alegre cuando realizan una buena atención al cliente	48
Figura5.El jefe transmite la autoestima a los trabajadores	49
Figura 6.El jefe brinda reconocimiento cuando sus ventas incrementan.....	50
Figura 7.El jefe es honesto en poner los precios justos de sus productos en su bodega	51
Figura 8.El jefe motiva con algún incentivo en fechas festivas	52
Figura9.El propietario asume un rol solidario con los trabajadores	53
Figura 10.El jefe refleja buen trato con sus trabajadores.....	54

I. INTRODUCCIÓN

Un líder carismático hace que los seguidores se vuelvan altamente comprometidos con la misión del líder, hagan sacrificios personales significativos y se desempeñen más allá del deber. Los líderes carismáticos comparten la sabiduría, recursos y tiempo. Utilizan el carisma para hacer el bien: los líderes carismáticos tienen “la habilidad para inspirar entusiasmo, interés o afecto en los demás a través del encanto personal o la influencia. Un líder carismático se adquiere a través del conocimiento y la práctica.

A nivel internacional el liderazgo carismático en las empresas se desarrolla como líderes frente a la gran cantidad de competitividad que se presenta en el mundo, actualmente las empresas internacionales necesitan lograr y ser un ejemplo de un líder a seguir. como es el caso de Fred Smith, considerado un auténtico líder carismático gerente de servicio de FEDERAL EXPRESS, con más de 13,000 empleados que confían en este líder, ya que lo describen como un maestro motivador con gran sensibilidad hacia su personal; la innovación de Fred consistió en la entrega de paquetería a nivel internacional, ahora FedEx es reconocida como una de las mejores. empresas.

A nivel nacional el Perú es un país de emprendedores, las MYPES y entorno al liderazgo carismático hay líderes que de manera innata son carismáticos, sin embargo esta cualidad no la tiene todos, si se hace un esfuerzo se puede mejorar el carisma, Además, conforme las MYPES van creciendo y desarrollándose, nuevas van apareciendo esto dinamiza nuestra economía.

A nivel local en el departamento de Ayacucho las micro y pequeñas empresas tienen un protagonismo el cual resalta el 99% de representación en el mercado ya que la mediana y gran empresa aún se encuentran centralizadas en Lima, y no pueden adaptarse a los mercados

de Ayacucho debido a fuertes inversiones que realizan en su producción en ciertos mercados. Por lo tanto, en estos tiempos de competencia, en donde la búsqueda de liderazgo carismático es una constante para que las empresas puedan desarrollarse en un ambiente donde interactúe.

Actualmente, las micro y pequeñas empresas, ante la creciente ola de competencia e innovación empresarial, se requieren más y mejores líderes en las organizaciones que están constituidas por personas naturales y jurídicas gente con una amplia visión y con gran confianza en sí mismos.

El presente trabajo de investigación es titulado: “Liderazgo Carismático en las micro y pequeñas empresas rubro bodegas, distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho, 2019”, es un tema de gran relevancia para todos en general, pero en especial para los micro y pequeños empresarios del rubro Bodegas de Andrés Avelino; asimismo, el proyecto de investigación fue realizado de acuerdo a las líneas de investigación de la Escuela Profesional de Administración de la universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

De esta manera el problema a investigar es: ¿Cuáles son las características del liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas rubro bodegas, distrito Andrés Avelino Cáceres 2019, De esta forma el objetivo general del trabajo de investigación es: “Identificar las características del liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas rubro bodegas, distrito Andrés Avelino Cáceres, 2019; Por lo tanto se realizara las respectivas indagaciones sobre el liderazgo carismático según autores y de acuerdo al objetivo general se plantea también los objetivos específicos: a) Describir la visión del líder en las micro y pequeñas empresas rubro bodegas, distrito Andrés Avelino Cáceres, 2019. b) Describir el carácter positivo en las micro y pequeñas empresas rubro bodegas, distrito Andrés Avelino Cáceres, 2019. c) Describir la confianza en las micro y pequeñas empresas rubro bodegas, distrito Andrés Avelino Cáceres, 2019.

El presente trabajo de investigación se justifica porque trata de demostrar que para poder tener una visión de un líder en las micro y pequeñas empresas de bodegas deben aplicar el liderazgo carismático para que de esta manera puedan mejorar el trato frente a los trabajadores, así como también mejorar la relación con los trabajadores para que ellos puedan sentirse motivados y den lo mejor de ellos en el trabajo, con la finalidad de que el propietario pueda ganarse la confianza de sus trabajadores. por lo tanto, el desarrollo de esta investigación permitirá obtener permitirá aspectos teóricos sobre el liderazgo carismático y de esta forma lograr los objetivos propuestos.

El liderazgo carismático conduce a muchos beneficios para las bodegas, ya que es importante que un líder demuestre lo mejor de sí positivamente frente a sus trabajadores ya que ellos al ver que su líder muestra entusiasmo, motivación, empatía, honestidad ante ellos el líder podrá captar el desempeño de sus trabajadores

La metodología que se utilizó en esta investigación fue el tipo aplicada con un enfoque cuantitativo, puesto que se llevó a cabo una encuesta para obtener información acerca del objetivo de investigación; siendo el nivel, descriptivo porque se hizo la descripción de la variable de estudio; por último, se utilizó un diseño no experimental, porque no hubo intervención de los aspectos y/o elementos del momento. Esta investigación servirá de mucha ayuda para las micro y pequeñas empresas del rubro bodegas porque podrán descubrir que es lo que está fallando en su empresa. En conclusión, se logrará describir si las bodegas están o no aplicando el liderazgo carismático.

El presente trabajo de investigación se utiliza una metodología de tipo aplicada, de un nivel descriptivo, diseño no experimental y de un enfoque cuantitativo, así mismo se utilizará la técnica de la encuesta.

Los resultados obtenidos muestran que el liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas rubro bodegas, distrito Andrés Avelino Cáceres es negativo en el sentido que el jefe no sabe inspirar a sus trabajadores (60%); además de que no hay una orientación ni comunicación hacia los trabajadores(55%); tampoco existe el optimismo del propietario hacia los trabajadores (58%); también el propietario no transmite autoestima con los trabajadores (65%); así mismo los trabajadores no reciben ningún tipo de reconocimiento (78%); así mismo el propietario no es honesto en poner los precios de sus productos que vende en la bodega (45%); además el propietario no demuestra ser empático con sus trabajadores (50%).Concluyendo que el liderazgo carismático como solución permite al líder lograr que sus trabajadores le ayuden no sólo a alcanzar los objetivos trazados, sino también a un compromiso, siempre y cuando el propietario demuestre entusiasmo y los motive a los trabajadores para que así ellos al verse motivados darán lo mejor de cada uno para lograr los objetivos de las bodegas.

Se llegó a la conclusión de que la mayoría de las micro y pequeñas empresas rubro bodegas en el distrito de Andrés Avelino Cáceres no han logrado aplicar el Liderazgo Carismático, es decir no hay visión hacia el futuro de sus bodegas, del mismo modo la mayoría de los encuestados mencionan que en las bodegas no están presente la confianza por parte de los propietarios hacia los trabajadores, sin embargo, no demuestran tener carácter positivo con sus trabajadores es decir que no está presente la autoestima. reconocimiento el optimismo ni la empatía por parte de los propietarios de las bodegas.

II. REVISION DE LA LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Según (TOALA MENENDEZ, 2013) En un estudio sobre el “Liderazgo Carismático y su Incidencia en la Innovación Tecnológica de las Pequeñas y Empresas del Sector Urbano del Cantón Portoviejo”, menciona que un líder de trabajo debe dedicar un tiempo, lo cual es la clave esencial para un buen posicionamiento sobre la competencia, debido a que las empresas requieren más y mejores líderes que sean innovadores, proactivos, gente con una amplia visión y con gran confianza en sí mismos; cuyo objetivo consistió en investigar y conocer la personalidad y expectativas de sus colaboradores, así como sus normas de comportamiento, antes de definir su propio estilo, cada vez más se hace necesario contar con el liderazgo empresarial en la producción, ejecución y toma de decisiones, para lo cual se aplicó una investigación descriptiva buscando conseguir de las personas una capacidad de empuje y una actitud proactiva que permita canalizar todas las energías creativas de la organización, esto dependerá del líder. Se llegó a concluir que un poco más de la mitad de los gerentes del cantón portoviejo, indican que ejercen liderazgo en su empresa y se adaptan a los cambios del mundo globalizado basados en la honestidad, puntualidad, compromiso y con ética, lo que les permite ejercer el puesto de manera sutil.

Según (Salazar Orlando, 2012) En su investigación denominada “Liderazgo empresarial Visto desde una Perspectiva de Comunicación Organizacional”, el cual tuvo como objetivo estudiar el comportamiento de los propietarios de las PYME colombianas, identificando las características del empresario y del pensamiento Administrativo moderno visto desde una perspectiva de comunicación organizacional, para lo cual aplicó una investigación descriptivo – transversal, a una muestra constituida por diez empleados y diez gerentes de

empresas PYME del sector Business Process Outsourcing. Se llegó a la conclusión que en Bogotá hace falta una política eficiente a implementar dentro de las organizaciones, en el caso específico, de las Mypes del sector BPO (Business Process (Outsourcing)), respecto al tema de liderazgo y comunicación organizacional, la importancia de dicha implementación radica principalmente del hecho de que en la capital de la república el sector de las empresas que prestan servicios de BPO (Business Process Outsourcing) son en su mayoría extranjeras, y en esto, tanto el liderazgo como la comunicación organizacional son claves para obtener todas las metas y objetivos que se plantea la organización.

Según (Rosas, 2013) En su estudio sobre el Rol del líder en los Modelos de Excelencia y de Competencias del Liderazgo en el Sector Turismo menciona y presenta un panorama general del liderazgo, la importante interacción y optimismo de un líder y como se ha llegado hasta las propuestas actuales para su mejora, el análisis del liderazgo se hace a través de tres líneas principales que son la personalidad del líder, los estilos de liderazgo y el enfoque relacional, cuyo objetivo es tener habilidades sociales (escuchar) y la importancia del compromiso el liderazgo para la gestión de la calidad en la atención hacia los clientes turistas, para lo cual se aplicó una investigación descriptiva y poder medir la calidad de atención dentro de la organización, utilizándose una muestra ampliada de 149 empresarios líderes únicamente dueños y gerentes de las agencias de turismo. Se llegó a la conclusión que existe un buen grado en que un líder tiene competencias, está positivamente relacionado con el uso de su criterio de liderazgo del EFQM 2010 para la “definición, monitoreo, en la revisión y dirección del mejoramiento del sistema gerencial de la organización, así como el comportamiento mismo; estas relaciones otorgan evidencia sobre un aspecto que ha sido poco estudiado empíricamente, aunque teóricamente bastante.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

“Según (AMADO, 2015) En su investigación titulada “Caracterización del Estilo de Liderazgo Carismático en el Rubro Restaurantes Turísticos”; tuvo como objetivo general Describir las principales características del estilo de liderazgo carismático en la micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes turísticos; el tipo de investigación fue descriptiva; el nivel de investigación fue cuantitativo porque fueron analizados estadísticamente; de diseño no experimental transaccional, tuvo como conclusión. Las principales características del estilo de liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes turísticos, según las encuestas realizadas, son: alto porcentaje de desconfianza en cuanto a las decisiones que toma el gerente, genera poco respeto de parte de sus colaboradores, escasa capacidad de motivar a su personal para lograr mayor entusiasmo y compromiso, así mismo, moralmente no existe consideración a sus colaboradores y no siempre ha sido un modelo a seguir. En consecuencia, este estilo de liderazgo es aplicado deficientemente en los restaurantes. Respecto a las principales características de los colaboradores en los restaurantes turísticos, los colaboradores tienen entre 20 y 24 años de edad, de género masculino con instrucción universitaria incompleta, estos afirmaron que no se sienten orgullosos de estar bajo la dirección de sus líderes, existiendo desconfianza de las capacidades y decisiones de sus jefes; notándose el poco sentido de identificación y compromiso con la empresa, así como el poco interés en brindar mayores esfuerzos para el bien de su institución. Obtuvo como resultado. Respecto a los datos generales del encuestado: En cuanto a los datos generales el 55% de los colaboradores manifiestan tener entre 20 a 24 años edad, el 55% son varones, el 80% tiene un grado de instrucción superior no universitario completo y el 55% son mozos. Respecto a la empresa: Finalmente, se concluye que el 65% del total de MYPE encuestados manifiestan la falta de empatía, similitud de escala de valores, sacrificio de confort personal y confianza entre los colaboradores y su líder, como consecuencia se considera escaso el liderazgo

carismático en las MYPE restauranteras, el cual no ayuda a dar solución a los problemas que surge dentro de la organización.

Según (Oré, 2013) en su estudio sobre “El liderazgo carismático y su implicancia en la gestión integrada de clientes y servicios de telefonía en el Perú” tuvo como objetivo general determinar cómo contribuye el liderazgo gerencial y la personalidad para así mejorar los resultados de la gestión integrada de los clientes preferentes y sus servicios en Telefónica del Perú; y tuvo como objetivos específicos: Identificar las características de liderazgo en torno a personalidad y forma de atención que contribuyen a la mejora de los resultados de la gestión integrada de los clientes preferentes y sus servicios en Telefónica del Perú, determinar cómo influye el estilo de liderazgo gerencial para la atención de los clientes preferentes en el compromiso organizacional de Telefónica del Perú, identificar el estilo de liderazgo gerencial que tiene mayor influencia en el nivel de satisfacción de los clientes preferentes de Telefónica del Perú. La investigación es del tipo “descriptiva y explicativa”.

El diseño es no experimental y transversal, pues solo se recogió información en un momento único, sin manipulación de las variables independientes. Finalmente se concluye influyen de mejor manera en la satisfacción de los trabajadores, determinando un clima laboral propicio para el desarrollo de las actividades, Asimismo, al haber encontrado una asociación entre los estilos de liderazgo directivo y poco solidario, con un bajo índice de satisfacción con el clima laboral, es recomendable que Telefónica del Perú cree programas de sensibilización y/o capacitación a los jefes, en temas de liderazgo. Se encontró también que el estilo de liderazgo está orientado a las promociones dadas por la misma empresa para obtener mejores resultados, genera mayor satisfacción en los clientes

Según (ORLANDO, 2016) En su investigación titulada, “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”, tuvo 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. La investigación fue cuantitativa descriptiva no experimental (Transaccional o transversal), para el recojo de la información se determinó una población de 11 MYPE, a quienes se les aplicó un cuestionario de 25 preguntas cerradas aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados. El 40% de colaboradores encuestados de las MYPE expresan su desacuerdo en cuanto a sentirse orgullosos de estar bajo la dirección de su líder, el 55% manifiestan estar en desacuerdo con respecto a sentir confianza en las decisiones que toman sus líderes. Finalmente se concluye que la mayoría de las MYPE encuestadas expresan la existencia de empatía entre el líder y colaborador, por lo que los empresarios consideran que el liderazgo carismático proporciona solución a los problemas de desconfianza e inseguridad de los seguidores, ya que las MYPE y que aplican dicho liderazgo para mejorar la personalidad, la calidad de servicio y la satisfacción de los colaboradores.

2.1.3. Antecedentes locales

“Según (Merna, 2013) En su estudio sobre la La Influencia del tipo de liderazgo de la Atribución en la Motivación de los Trabajadores , tuvo como objetivo general identificar cuál es la influencia del tipo de liderazgo –ejercido en una empresa en el desarrollo de la motivación de los trabajadores y tuvo como objetivos específicos: conocer los tipos de liderazgo ejercidos en las organizaciones, conocer aquellas situaciones que producen desmotivación en los trabajadores, identificar aquellos tipos de liderazgo que mantienen con un mayor grado de motivación a sus trabajadores. Este estudio tuvo un Enfoque Cualitativo, ya que el propósito es indagar desde la propia vivencia de los sujetos la problemática planteada. Esta investigación es de tipo descriptivo, de este modo se enfocará la investigación en la descripción del estilo de liderazgo ejercido en determinada organización.

Por otro el diseño será No- experimental, este diseño es una “investigación donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes. Además de ello el diseño de investigación será Transeccional, el estudio será basado en este tipo de diseño, ya que el propósito es acercarse a la realidad y a la relación existente entre los estilos de liderazgo y la motivación de los trabajadores en un momento determinado, de modo tal que sea factible describir y tomar una “fotografía” del tipo de relación que se denote en dicho momento. Se llegó a la conclusión que Los estilos de liderazgo están directamente relacionados con la motivación de los líderes de una empresa, sin embargo, no solo éstos son significativos al momento de motivar, sino que es sumamente importante que inicialmente existan otras aristas satisfechas en el ámbito laboral de los trabajadores, con éstas se hace referencia a los factores higiénicos sobre los que escribió Herzberg.

Según (Gamarra Perez, 2013) realizo su investigación en su tesis “Liderazgo Carismático como Motivación Intrínseca y el Desempeño Directivo en el Inpe”.

Tiene como objetivo de evidenciar las consecuencias del liderazgo carismático en el desempeño directivo. El método de estudio es la aplicación del cuestionario para averiguar sobre la variable y cada una de las dimensiones de la variable del estudio.

“La conclusión a la que se llego fue que la práctica del liderazgo carismático como motivación interna influye de manera significativa en el desempeño del personal con cargo dirigenial del Inpe santa Mónica chorrillos de lima

santa Mónica, previamente de la aplicación del liderazgo carismático como motivación intrínseca se halla en un nivel bajo.”

“Según (Gaytan Amado, 2015) Realizo su investigación en su tesis titulado “Caracterización del Liderazgo Carismático en las Micro y Pequeñas”, Empresas del Sector servicio Rubro Restaurantes en el Distrito de Huaraz”, El presente trabajo tuvo como

objetivo general, describir las principales características del estilo del liderazgo carismático, en las micro y pequeñas del sector servicios rubro restaurante turísticos en el distrito de Huaraz. la metodología de la investigación fue cuantitativa descriptiva no experimental (transaccional transversal) para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una población de (9 mype) con 1 a 2 colaboradores mype , haciendo un total de 20 encuestados, a quienes se les aplico un cuestionario de 25 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta , obteniéndose los resultados del 100% de las mype .

Se llegó a la conclusión que las características del liderazgo carismático, están basadas en la capacidad que tiene el líder en generar entusiasmo en los trabajadores, ya que es capaz de hacer que los trabajadores den lo máximo de sí, los líderes carismáticos son visionarios e inspiradores, seguros que tienden a hacer buen uso de la comunicación verbal; capaces de cambiar incluso las necesidades, valores, objetivos o aspiraciones de los trabajadores, lo cual no se cumplen en algunas empresas.

2.2. BASES TEORICAS DE LA INVESTIGACION

2.2.1. LIDERAZGO CARISMATICO

DEFINICION:

Según (Anchua, 2013, pág. 339) el líder carismático establece un sólido vínculo emocional debido a que se cree que puede cambiar el estado de las cosas, existe una firme creencia de los seguidores en la visión del líder. los líderes carismáticos poseen un carácter positivo y cuentan con la capacidad para

difundirlo, al suceder esto forma una atmosfera positiva e inyecta emoción y energía para la causa del líder.

Para (Conger, 2012) el liderazgo carismático puede ser definido como como el proceso de influencia que se establece entre el líder y sus seguidores en un contexto determinado. Cuando estos reconocen y atribuyen el líder rasgos y comportamientos calificados como extraordinarios lo que genera un fuerte vínculo emocional que lleva a los seguidores.

(maxwell, 2019) El liderazgo carismático tiene sustancia y compone la influencia de un líder. Con él, los líderes perfilan en el entorno lo mejor de su gente, dan lo mejor de sí mismos, y encuentran el discernimiento del logro más trascendental: El logro compartido.

2.2.2. LAS CUALIDADES DE UN LÍDER CARISMÁTICO

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

Líderes que tienen esta habilidad especial comparten estas 4 (cuatro) cosas:

✚ **Aman la Vida:** Los líderes que atraen la ambición externa de ser seguidos son apasionados por la vida. Celebran, no son quejosos. Se caracterizan por la alegría y el afecto. Son enérgicos y radiantes de una manera muy influenciada. Observe tan solo una sonrisa para ilustrar el favor del carisma. Cuando la gente ve una sonrisa, responde con una sonrisa. Si usted es escéptico, inténtelo. Sonríale en los cajeros, los camareros, los compañeros de trabajo, etc.

Usted encontrará que su sonrisa obtiene mayor reciprocidad. Nuestra alma se constituyó ancestralmente reacia a apoyarnos en los dones de

las personas en nuestro alrededor. Los líderes que tienen carisma aman la vida y atraen vidas.

✚ **Valoran el Potencial de la Gente:** Si se quiere llegar a ser un líder atractivo y carismático, espere lo mejor de su gente. Describo este comportamiento como “calificando con un “10” a cada uno”. Los líderes ven a la gente, no como son, sino como podrían ser. Desde esta ventajosa perspectiva, ayudan a otros a construir un puente entre el presente y el futuro deseado.

Benjamín Disraeli entendía y practicó este concepto, constituyéndolo como el fundamento de su carisma. Él supo decir, “el más grande bien que usted pueda realizar por otro, no es compartir sus riquezas de carácter, sino revelarle las suyas.” Cuando usted invierte en la gente y la conduce a su potencial, esa misma gente lo amará por lo hecho en sus vidas.

✚ **Generan Esperanza:** La gente tiene un incentivo o deseo interno de mejorar su futuro y sus fortalezas. Los líderes carismáticos se conectan con la gente pintando un mañana más brillante que el hoy. Para ellos, el futuro está lleno de oportunidades asombrosas y de sueños por realizar.

Napoleón Bonaparte una vez dijo, “los líderes son promulgadores de esperanza”. Infunden optimismo en la cultura circundante y elevan la moral. Mientras que están atentos a la realidad actual, no desmayan renunciando a la circunstancia actual.

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

alimentarse de nuevas experiencias, participar de reuniones de análisis racional o “brainstoming”, o simplemente comparten una taza de café. Semejantes líderes alcanzan un espíritu de cuerpo, valorizando de tal forma la formación de un equipo. Consecuentemente, los líderes carismáticos no están solos en la cima.

Cuando se trata de carisma, el nudo de la cuestión es pensar según la perspectiva ajena. Conforme a ello, la satisfacción del líder se halla en el servir. Encuentran gran placer celebrando el éxito ajeno, y la victoria que más disfruta es la victoria de equipo.

2.2.3. Importancia Del Liderazgo

Según (Rivera De La Cruz, 2012) del liderazgo se hablado mucho, debido a su importancia en la historia de las organizaciones, ya se social, política hasta incluso militares, siempre ha sido un tema debatido entre grandes de los negocios, no importa si el líder en la organización nace o se hace, es indudable que gente líder es valorada en su empresa por ser impulsor y generador de valor agregado en ella . Algunas especialidades ven al liderazgo como una actividad amplia y visionaria que trata de discernir la competencia y valores características de una organización. En este sentido se puede interpretar y analizar el liderazgo desde dos perfectivas.

Según (Bass, 2011, pág. 39) “lo define como una dotación de un grado extremadamente de alto autoestima, valor popularidad o estatus de celebridad atribuido por otros y que genera en ellos fuertes respuestas emocionales.

Según (Maristany, 2014) define que el líder es una persona que tiene carisma, presencia, experiencia y empatía, que se conoce a sí mismo y sabe propósito, lograr la atención e interés de los Empleados, hacer que la organización se involucre, crear y sostener la tensión hacia el logro de los objetivos”. En consecuencia, el líder debe tener muchos atributos como carisma, presencia, experiencia y empatía, así poder manejar satisfactoriamente a sus colaboradores que le rodean y ser eficientes en la consecución de sus objetivos comunes.

Según (WEBER, 2015, págs. 18-19), el liderazgo tiene la función en el cual ocupa una persona que se distingue del resto y es capaz de tomar decisiones acertadas para el grupo, equipo u organización que inspire al resto que participen de ese grupo para poder alcanzar una meta común . Por esta razón se dice que el liderazgo implica a una persona, quien dirige y aquellos que lo apoyen y puedan permitir que se desarrolle su posición de forma eficiente.”

Líder: su desempeño consiste en conseguir una meta que la mayor parte de las personas deseen y trabajen por alcanzarla.

2.2.4 Tipos de liderazgo

Según weber hay tres tipos de liderazgo:

- ❖ **Líder carismático:** tiene la capacidad de generar entusiasmo en las demás personas y es elegido como líder. Tienden a creer más en sí mismos que en su equipo lo cual esto genera problemas, de manera que la organización entera podría colapsar el día que el líder abandone su equipo.

- ❖ **Líder tradicional:** es aquel que hereda el poder por costumbre o por un cargo importante, y que pertenece a un grupo familiar de élite que ha tenido el poder desde hace generaciones.”
- ❖ **Líder legítimo:** un líder legítimo. El primero es aquella persona que adquiere el poder mediante procedimientos autorizados en las normas legales.

2.2.5. INFLUENCIA DEL LIDERAZGO EN LAS PERSONAS

Según (Akio Kawata, 2011) Liderazgo es un tema que ha recibido mucha atención en la administración, los negocios y las organizaciones comunitarias. Todos saben que liderazgo existe, pero pocos pueden definirlo. Liderazgo involucra influir de alguna manera sobre los empleados, miembros o “seguidores” para llevar a cabo las metas de la organización o del grupo. El liderazgo es “el conocimiento, las actitudes y las conductas utilizadas para influir sobre las personas para conseguir la misión deseada.” En otras palabras, liderazgo es la acción de lograr que las personas se identifiquen con una misión o visión para que trabajen en su realización. Las palabras claves en esta definición son “personas” y “misión.”

Según (Covey Stephen, 2013) menciona en su libro los 7 hábitos de las personas altamente efectiva.

Características:

El líder centrado en principios aprende continuamente.

- ✓ El líder centrado en principios es orientar a servir.
- ✓ Irradia energía positiva.
- ✓ Creen en las otras personas.

- ✓ Se mueve en balance.
- ✓ Enfoca en su vida como una gran aventura.
- ✓ Entiende y practica la sinergia.
- ✓ Practica la renovación personal.

Según (samir, 2012) el líder carismático es aquel individuo que tiene combinación de dichas características personales; que con esas características desempeñe los comportamientos señalados.

algunos de los comportamientos carismáticos:

- ✓ **Moldear un sistema de roles a emular**

El líder con sus acciones implanta un sistema de valores y se convierte en un modelo para los seguidores y define cuáles son los sentimientos, conocimientos o comportamiento.

- ✓ **Creación de una imagen favorable**

Los líderes se esfuerzan en generar una imagen positiva ante los ojos de sus seguidores diseñado para dar el éxito.”

- ✓ **Articulación de meta ideológicas**

el líder es visionario, generalmente presenta metas trascendentales e ideológicas.

- ✓ **Expresar altas expectativas y confianza en los seguidores.**

El líder comunica expectativas de desempeño y confianza en las habilidades de los seguidores para elevar la autoestima y auto valor de cada uno.

- ✓ **Activación de motivos**

el líder transmite a sus seguidores activa cumplimiento de la misión.

2.2.6. SIETE CUALIDADES DE LÍDERES CARISMÁTICOS:

(Maxwell J. , 2019) Carisma es “la habilidad para inspirar entusiasmo, interés o afecto en los demás a través del encanto personal o la influencia”. Los líderes que tienen esta habilidad comparten siete características entre ellos.

1-. 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. No hay que mirar mucho más allá de la sonrisa para darnos cuenta del poder de su carisma. Cuando las personas reciben una sonrisa responden con lo mismo. Si eres escéptico, inténtalo. Sonríe a las cajeras, a los camareros, a los compañeros de trabajo, etcétera. Verás cómo tu sonrisa recibe, de forma recíproca, otras sonrisas. Los líderes con carisma transmiten energía positiva. Como decía Henry Van Dyke, “no hay mayor encanto personal que el de aquellos que tienen un temperamento alegre”

2-. 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. Benjamin Disraeli comprendió esta realidad, llegando a ser un experto en aplicarla. Dijo una vez: “El mejor favor que puedes hacer a otra persona no es compartir con ella tus riquezas, sino

ayudarla para que las suyas se revelen”. Cuando se invierte en las personas ayudándolas a crecer en relación a su potencial, se crean vínculos potentes y positivos.

3-. Dan esperanza

Todos deseamos mejorar nuestras fortunas y futuro. Los líderes carismáticos llegan a enganchar con las personas a través de pintar un mañana mejor que el presente. Para ellos, el futuro está lleno de maravillosas oportunidades y sueños por realizar. Napoleón Bonaparte dijo una vez que “los líderes son negociadores de esperanza”. Aportan optimismo a la cultura empresarial al tiempo que mejoran la moral general. Aunque siempre están atentos a la realidad inmediata, no se resignan a gestionar exclusivamente las circunstancias del presente.

4-. 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. Los líderes carismáticos abrazan el espíritu del trabajo en equipo y valoran la compañía de una forma positiva. Por ello, los líderes carismáticos no están solos en la cúspide. “El carisma es una chispa que ciertas personas tienen y que no se puede comprar con dinero. Es una energía invisible cuyos efectos son visibles”, nos recuerda Marianne Williamson.

5-. 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. ¿Cómo puedes tener carisma?, pregunta Dan Reiland. Él mismo responde:

6-. Descubren y utilizan su estilo propio, su voz

Uno de los argumentos más utilizados por los comentaristas políticos se refería a “encontrar su propio estilo” (finding their voice). La comentarista política del Time Magazine, Ana Marie Cox, escribía refiriéndose al senador Barack Obama, que encontró su voz en la convención del Partido Demócrata. David Gergen decía, en la cobertura del debate que previamente se había celebrado en la CNN que: “John McCain se había reencontrado con su voz”. Stephen R. Covey nos dice: “Una palabra describe el camino hacia la grandeza: la 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”.

7-. Utilizan su carisma como una forma de incrementar su influencia para hacer el bien

El carisma es una parte esencial de la capacidad de 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.

2.2.7. DEFINICION DE LAS DIMENSIONES

2.2.7.1. VISION DEL LIDER:

(Miguel Ángel, 2019) define la visión de líder como “una imagen clara, que este traslada a su equipo, de un escenario futuro deseado al que llegaremos; imagen que orienta al colaborador hacia dónde debe dirigirse y lo estimula a hacerlo”.

- ❖ Debe establecer claramente la dirección y el propósito de la organización.
- ❖ Debe inspirar lealtad y una cultura del cuidado a través de la participación de todos los empleados.
- ❖ Debe mostrar y reflejar las fortalezas, la cultura, los valores, las creencias y la misión de la organización.
- ❖ Debe inspirar entusiasmo, confianza y compromiso en los miembros de la compañía.
- ❖ Debe ayudar a los empleados a creer que son parte de algo más grande que ellos mismos.

- ❖ Debe ser comunicada y compartida regularmente, no solo a través de anuncios y recordatorios mensuales en la reunión de la empresa, sino mediante todas las acciones informativas, en todos los niveles de la organización y todos los días.
- ❖ Debe servir como razón por la cual se realiza la toma de decisiones estratégicas, se contrata a las personas, se seleccionan los mercados o se desarrollan los productos.
- ❖ Debe desafiar a la gente a superarse, a explotar todo su potencial y a trabajar para alcanzar las metas incluidas en esa visión de líder.

(Ambler, 2019) La visión de líder se convierte en el faro que alumbró el camino a seguir; sin él, directivos, empleados y organización están perdidos. “La gente no sigue a los líderes con títulos elegantes y posiciones altas; la gente no sigue a los líderes que tienen autoridad; la gente no sigue a los líderes de buen carácter. Si bien todas estas cosas son útiles y contribuyen a influir en otros, sin una visión de líder convincente, las personas no se sienten motivadas a seguirlo”

Pautas para construir una visión compartida

(Heathfield, 2019) Estos son los fundamentos necesarios para una visión de líder que emocione y motive a las personas a seguirlo

- ❖ Debe establecer claramente la dirección y el propósito de la organización.
- ❖ Debe inspirar lealtad y una cultura del cuidado a través de la participación de todos los empleados.

- ❖ Debe mostrar y reflejar las fortalezas, la cultura, los valores, las creencias y la misión de la organización.
- ❖ Debe inspirar entusiasmo, confianza y compromiso en los miembros de la compañía.
- ❖ Debe ayudar a los empleados a creer que son parte de algo más grande que ellos mismos.
- ❖ Debe ser comunicada y compartida regularmente, no solo a través de anuncios y recordatorios mensuales en la reunión de la empresa, sino mediante todas las acciones informativas, en todos los niveles de la organización y todos los días.
- ❖ Debe servir como razón por la cual se realiza la toma de decisiones estratégicas, se contrata a las personas, se seleccionan los mercados o se desarrollan los productos.
- ❖ Debe desafiar a la gente a superarse, a explotar todo su potencial y a trabajar para alcanzar las metas incluidas en esa visión de líder.

2.2.7.2. CARÁCTER POSITIVO

(MIGUEL, 2017) El líder positivo es aquel que hace que los demás hagan lo que va a generar un beneficio propio individual a quien lo sigue y al tener ese beneficio individual, va a beneficiar al mismo grupo. Se rodeará de gente capaz y honesta, identifica el perfil o capacidad de cada uno de su grupo, y cuida de él, incentivando y desarrollando esas cualidades, haciendo crecer a quienes están en su grupo, siendo amistoso pero exigente con cada uno de ellos.

A continuación, daré 5 características esenciales de un líder positivo:

- ✓ **Tiene motivación y motiva a su equipo:** la clave del éxito es que sienten pasión por todo lo que hacen. A través de la motivación logran transmitir mensajes positivos que persuaden o influyen a la gente.
- ✓ **Se adapta a los cambios:** lo único permanente es el cambio, razón por la que es fundamental que el líder pueda adaptarse rápidamente. También, debe saber aprovechar las crisis dentro de las organizaciones; para poder convertirlas en oportunidades positivas de transformación hacia algo mejor.
- ✓ **Posee autorregulación:** debe tener la habilidad para controlar sus sentimientos e impulsos instintivos de forma razonable, equilibrada y mesurada, dando así, respuestas acordes con la situación a la que se está enfrentando.
- ✓ **Tiene autoconciencia:** se conoce a sí mismo: reconoce sus limitaciones, confía en sus habilidades, potencia sus fortalezas, se esfuerza por ser cada día mejor y entiende cómo sus emociones afectan su desempeño.
- ✓ **Es un modelo:** desarrollar un liderazgo basado en principios que sirva de modelo y de guía para las demás personas. El líder se convierte en un ejemplo, cuando es capaz de conjugar la coherencia entre sus acciones, palabras y pensamientos con su carácter que refleja lo que es como persona.

(Juliana, 2013) El líder positivo es aquel que hace que los demás hagan lo que va a generar un beneficio propio individual a quien lo sigue y al tener ese beneficio individual, va a beneficiar al mismo grupo

- Motiva a su equipo
- Se Adapta a los Cambios

- Tiene Auto conciencia
- Es un modelo

(Cameron, 2012) El liderazgo Positivo tiene que ver con “las prácticas positivas en las organizaciones que producen cambios deseables en la eficacia organizativa.” Es decir; que el líder buscara generar acciones que fomenten un buen ambiente y clima laboral y/o de trabajo con sus miembros y colaboradores.

Aunque pareciera obvio que un buen líder debería propiciar prácticas que generen un buen clima laboral, en algunos casos, existen líderes que socavan con la unión, la solidaridad y el buen clima de un grupo u organización, siendo los más afectados los colaboradores

2.2.7.3 EMOCION

(Rodríguez, 2018) La inteligencia emocional (IE) según Daniel Coleman es la capacidad de entender y manejar tus propias emociones y las de las personas que te rodean. Las personas con un alto grado de inteligencia emocional saben lo que sienten, lo que significan sus emociones y cómo estas emociones pueden afectar a otras personas. La inteligencia emocional en el liderazgo es esencial para conseguir el éxito.

Existen cinco elementos principales de la inteligencia emocional en el liderazgo:

- Conciencia de sí mismo.
- La autorregulación.
- Motivación.

- Empatía.
- Las habilidades sociales.

Cuanto mayor sea la capacidad del líder para administrar cada una de estas áreas mayor será su inteligencia emocional.

(bermudez, 2018)La inteligencia emocional en el liderazgo. Cada vez está más reconocido que el factor determinante que predice quién será mejor líder está relacionado con la capacidad de la inteligencia emocional que la persona tenga. Es decir, sabemos que la gestión que una persona hace de sus propias emociones y de cómo se relaciona con los demás es algo que influye mucho más en su liderazgo que su coeficiente intelectual o sus habilidades técnicas.

(Peter Salovey y John Mayer, 2013) Se define como la capacidad de reconocer nuestros sentimientos y los ajenos, de motivarnos y de manejar bien las emociones en nosotros mismos y en nuestras relaciones. Une lo intrapersonal (en relación con nosotros mismos) y lo interpersonal (en relación con los otros).

La Inteligencia emocional es una habilidad que implica tres procesos:

1.Percibir: Reconocer de forma consciente nuestras propias emociones e identificar qué sentimos y ser capaces de darle una etiqueta verbal.

2.Comprender: integrar lo que sentimos dentro de nuestro pensamiento y saber considerar la complejidad de los cambios emocionales.

3.Regular: dirigir y manejar las emociones tanto positivas como negativas de forma eficaz.

La Inteligencia Emocional se desarrolla a largo de toda nuestra vida, con cada una de las experiencias que vamos adquiriendo. La Inteligencia Emocional cobra validez en la actualidad cuando se asumen cambios de paradigmas al no considerar la inteligencia como un factor exclusivamente intelectual.

2.3. Marco Conceptual

2.1.4. Liderazgo carismático

El liderazgo carismático influye y establece entre un líder y sus seguidores lo cual atribuyen rasgos y comportamientos calificados como extraordinarios lo que genera un fuerte vínculo emocional que lleva a los seguidores.

2.1.5. Visión del líder

La visión del líder es una imagen clara que este traslada a su equipo, de un escenario futuro deseado al que llegaremos; imagen que orienta al colaborador hacia dónde dirigirse y estimular a hacerlo.

2.2.3. Carácter Positivo

Los rasgos positivos de carácter no sólo ayudan en el desarrollo personal, sino también ayudan a hacer frente a diversas situaciones desafiantes que surgen cuando decidimos emprender un negocio en Internet.

2.2.4. Emocional

Se clasifica como emocional a una persona o situación en la cual diferentes tipos de sentimientos están visibles y a flor de piel. Una persona emocional es por tanto una persona que se caracteriza por la demostración continua de emociones y sensaciones.

III. HIPOTESIS

Según (Hernandez Sampieri, 2013) las investigaciones cuantitativas no establecen hipótesis, Son guías para una investigación de estudio, la hipótesis indican lo que tratamos de probar y se definen con explicaciones tentativas del fenómeno investigado. ¿En toda investigación cuantitativa debemos plantear hipótesis? No, no en todas las investigaciones se plantean hipótesis. El hecho de que formulemos o no hipótesis depende de un factor esencial: el alcance esencial del estudio y por ser de nivel descriptivo, en este tipo de investigación no se considera hipótesis”

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la Investigación

Esta investigación es de tipo aplicada con enfoque cuantitativo porque se utilizará la recolección de datos y el análisis para contestar preguntas de investigaciones teóricas, que van generando soluciones a problemas del entorno, mediante un análisis de mejora en la investigación. de los negocios de bodegas del distrito de Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho.

Enfoque cuantitativo: Se utiliza la recolección de datos y el análisis para contestar preguntas de investigación y probar las hipótesis formuladas, así misma entrega en la medición de variables e instrumentos de investigación, con el uso de la estadística descriptiva y la prueba de hipótesis en el diseño de los tipos de investigación

La investigación es de enfoque cuantitativo que asemeja en el escenario real de las bodegas del distrito de Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho.

Descriptiva: describe la realidad del objeto de estudio, las clases, sus categorías o relaciones que puedan construir entre varios objetos, con el fin de aclarar una verdad, o comprobar una hipótesis. Es decir que es como el acto de representar por medio de palabras las características de fenómenos, hechos, situaciones y de tal manera que quien lea o interprete, los recuerde en la imaginación.

No experimental

La presente investigación es de un diseño no experimental y de corte transversal: El diseño no experimental es aquella investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables, es decir es una investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes, así mismo permite observar fenómenos y como se dan en su contexto natural para después analizarlo. En esta investigación es de corte transversal ya que se recopilan los datos una sola vez en un momento determinado en este caso el tiempo lapso del 2019.

4.2. POBLACION Y MUESTRA

La población de esta investigación está conformada por los trabajadores de las bodegas, y en cada uno de ellos hay un aproximado de dos trabajadores por bodega. Por tanto, se ha considerado multiplicar 20 MYPES por dos trabajadores, lo cual sería en total 40 trabajadores. ($20 \times 2 = 40$) trabajadores de las micro y pequeñas empresas del rubro bodegas del distrito de Andrés Bello Cáceres.

4.3. MATRIZ DE OPERALIZACION

VARIABLES	DEFINICION DE LA VARIABLE	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	VALORES	
Liderazgo carismático	El líder carismático establece un sólido vínculo emocional debido a que se cree que puede cambiar el estado de las cosas, los líderes carismáticos poseen un carácter positivo cuentan con la capacidad para difundirlo, al suceder esto forma una atmosfera positiva, confianza y energía para la causa del líder. (Anchua, 2013, pág. 339)	Se pretende medir el liderazgo carismático rubro bodegas distrito de Andrés Avelino aplicando una serie de preguntas en un cuestionario.	Visión	Objetivo futuro Inspirador Comunicación	¿El jefe tiene un objetivo futuro en mente para aplicar en su bodega? ¿Usted considera que el jefe sabe inspirar? ¿El jefe orienta y mantiene comunicación con sus trabajadores?	SI	NO
			Carácter positivo	Optimista Autoestima Reconocimiento	¿El jefe de la bodega se muestra alegre cuando realizan una buena atención al cliente? ¿El jefe transmite la autoestima a los trabajadores? ¿El jefe brinda reconocimiento cuando sus ventas incrementan?	SI	NO
			Confianza	honestidad Motivación Empatía	¿El jefe es honesto en poner los precios justos de sus productos en su bodega? ¿El jefe motiva con algún incentivo en fechas festivas? ¿El propietario asume un rol solidario con los trabajadores? ¿El jefe refleja buen trato con sus trabajadores?	SI	NO

4.4. TECNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS

4.4.1. TECNICAS. La técnica realizada es la:

ENCUESTA. La cual nos permite la recolección de datos que proporciona los individuos de una población, una muestra para identificar sus opiniones, puntos de vista, actitudes, intereses, entre otros aspectos.

4.4.2. INSTRUMENTOS

CUESTIONARIO: son preguntas técnicamente estructuradas y ordenadas, que se presentan impresas para recoger información y es aplicada en la entrevista de la población estudiada.

4.5. PLAN DE ANÁLISIS

Una vez recolectado las informaciones necesarias se consigue a implementar la técnicas e instrumentos de recolección de los datos de estudio, para ello se ha realizado el cuestionario con las interrogaciones del tema, y con los resultados se podrá llegar a las conclusiones de la investigación; también se tomará los programas informáticos estadísticos como el Microsoft Excel .

4.6. MATRIZ DE CONSISTENCIA

VARIABLE	PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	METODOLOGÍA
Liderazgo carismático	<p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿Cuáles son las características del liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas rubro bodegas, distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho, 2019?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Identificar las características del liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas rubro bodegas, distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho, 2019.</p>	<p>Según (Hernandez Sampieri, 2013) Por ser de nivel descriptivo, en este tipo de investigación no se considera hipótesis.</p>	<p>VARIABLE</p> <p>Liderazgo Carismático</p> <p>DIMENSIONES:</p> <p>-Visión -carácter positivo - confianza</p>	<p>Tipo de Investigación</p> <p>Aplicada con enfoque cuantitativo</p> <p>Nivel de Investigación</p> <p>Descriptiva</p> <p>Diseño de Investigación</p> <p>No experimental</p>
	<p>PROBLEMAS ESPECIFICOS</p> <p>¿Cómo es la visión del líder en las Micro y Pequeñas Empresas rubro bodegas, distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho, 2019?</p> <p>¿Cómo es el carácter positivo en las Micro y Pequeñas Empresas rubro bodegas, distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho, 2019?</p> <p>¿Cómo es la confianza en las Micro y Pequeñas Empresas rubro bodegas, distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho, 2019?</p>	<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>Describir la visión del líder en las micro y pequeñas empresas rubro de bodegas, distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho, 2019.</p> <p>Describir el carácter positivo en las micro y pequeñas empresas rubro bodegas, distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho, 2019.</p> <p>Describir la confianza en las micro y pequeñas empresas rubro bodegas, distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho, 2019</p>			

4.7. PRINCIPIOS ÉTICOS

El presente trabajo de investigación es realizado con toda la verdad del caso y los principios éticos de confidencialidad y con respecto a la persona, así mismo se da a conocer toda la información que se ha utilizado en la investigación exclusivamente con fines académicos.

V. RESULTADOS

5.1. resultados

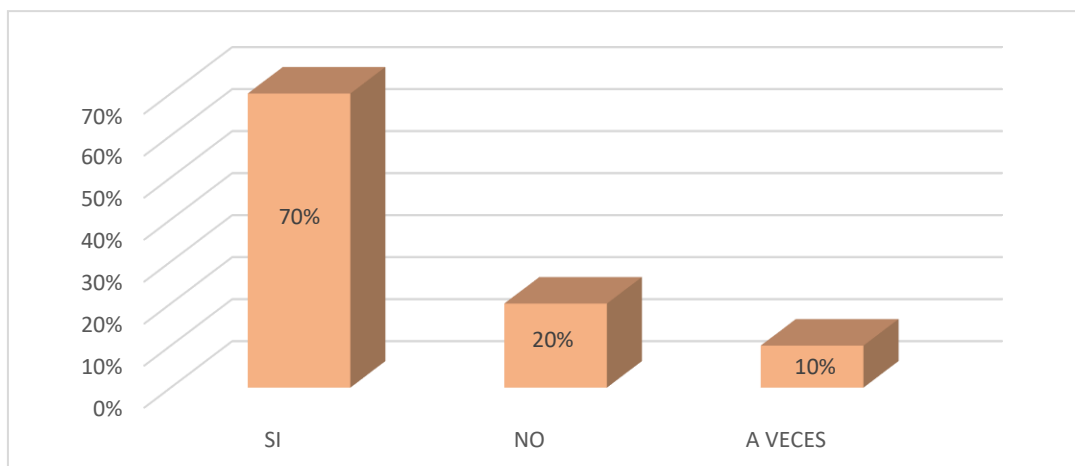
Se aplicó el cuestionario a 40 clientes del rubro bodegas en el distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho, los resultados fueron:

5.1.1. Resultados de la Variable Liderazgo Carismático

Tabla 1. El jefe tiene un objetivo futuro en mente para aplicar en su bodega

Alternativa	N° Trabajadores	N° Porcentaje de trabajadores
SI	28	70%
NO	8	20%
A VECES	4	10%
TOTAL	40	100%

Fuente: (Elaboración propia).



Fuente: (Elaboración propia).

Figura 1. El jefe tiene un objetivo futuro en mente para aplicar en su bodega

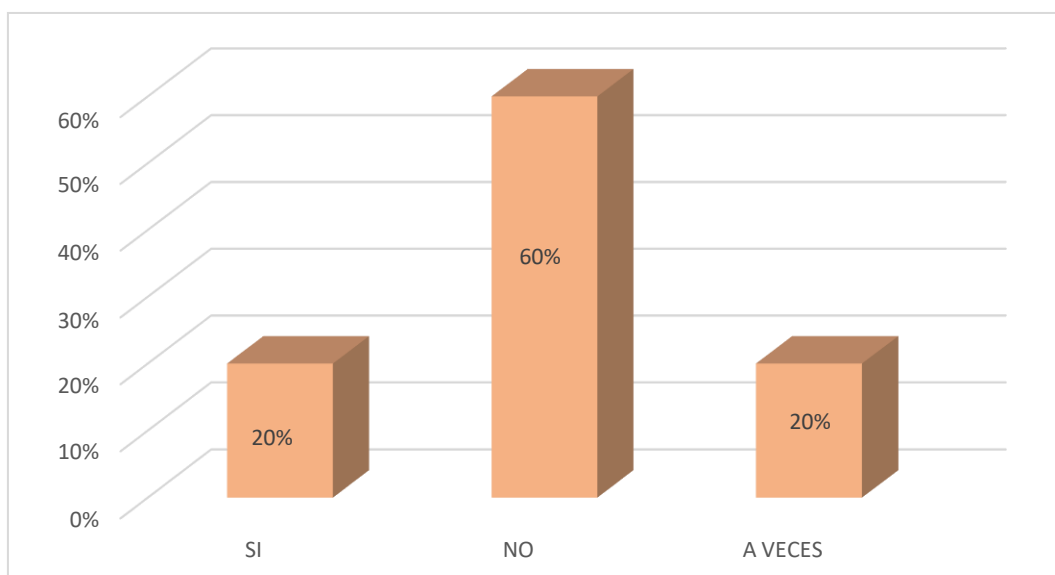
INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a la figura 1, del total 100% (trabajadores), se obtuvo lo siguiente: 70% (28), de los encuestados manifiestan que el jefe si tiene un objetivo futuro en mente para aplicar en su bodega, mientras que el 20% (8) dijeron que el jefe no tiene un objetivo futuro en mente para aplicar en su bodega, así mismo el 10% (4) respondieron que a veces el jefe tiene un objetivo futuro en mente para aplicar en su bodega.

Tabla 2. Usted considera que el jefe sabe inspirar

Alternativa	N° Trabajadores	N° Porcentaje de trabajadores
SI	8	20%
NO	24	60%
A VECES	8	20%
TOTAL	40	100%

Fuente: (Elaboración propia).



Fuente: (Elaboración propia).

Figura 2. Usted considera que el jefe sabe inspirar

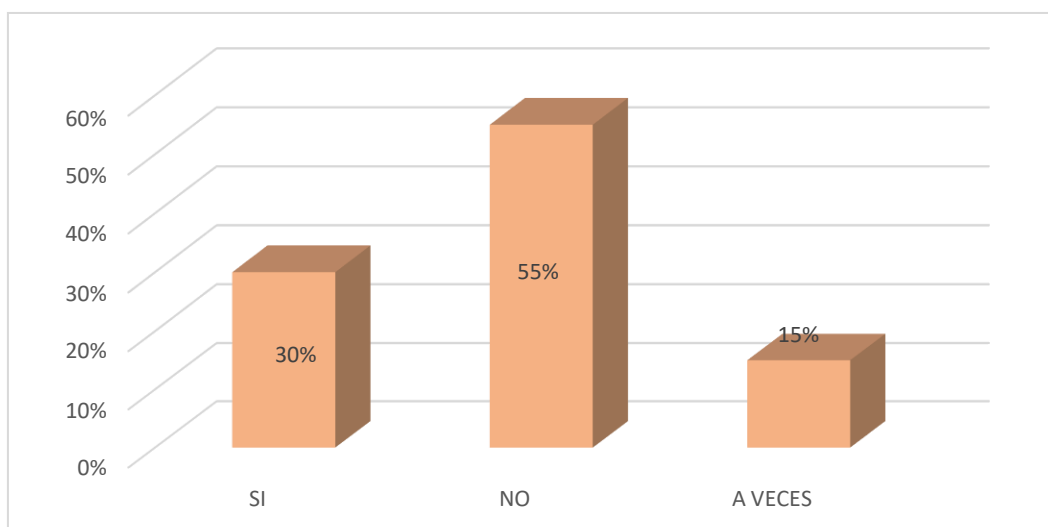
INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a la figura 2, del total 100% (trabajadores), se obtuvo lo siguiente: 20% (8), de los encuestados manifiestan que el jefe si sabe inspirar a los trabajadores, mientras que el 60%(24) dijeron que el jefe no sabe inspirar a sus trabajadores, así mismo el 20%(8) respondieron que a veces el jefe sabe cómo inspirar a sus trabajadores.

Tabla3.El jefe orienta y mantiene comunicación con sus trabajadores

Alternativa	N° Trabajadores	N° Porcentaje de trabajadores
SI	12	30%
NO	22	55%
A VECES	6	15%
TOTAL	40	100%

Fuente: (Elaboración propia).



Fuente: (Elaboración propia).

Figura3.El jefe orienta y mantiene comunicación con sus trabajadores

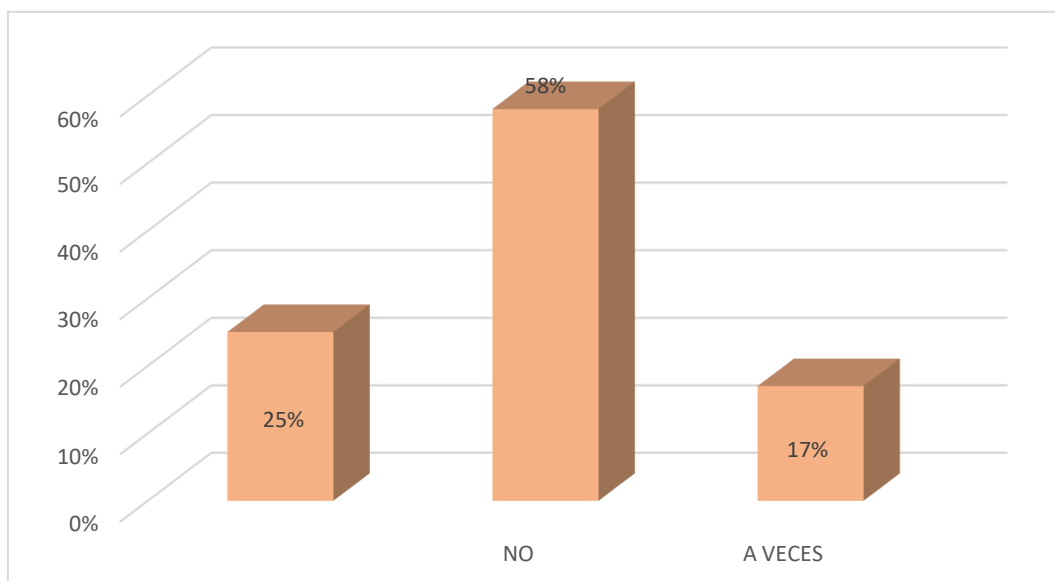
INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a la figura 3, del total 100%(trabajadores), se obtuvo lo siguiente: 30% (12), de los encuestados manifiestan que el jefe si orienta y mantiene comunicación con sus trabajadores, mientras que el 55%(22) dijeron que el jefe no orienta ni mantiene comunicación con sus trabajadores, así mismo el 15%(6) respondieron que a veces el jefe el jefe orienta y mantiene comunicación con sus trabajadores.

Tabla 4.El jefe de la bodega se muestra alegre cuando realizan una buena atención al cliente

Alternativa	N° Trabajadores	N° Porcentaje de trabajadores
SI	10	25%
NO	23	58%
A VECES	7	17%
TOTAL	40	100%

Fuente: (Elaboración propia).



Fuente: (Elaboración propia)

Figura4.El jefe de la bodega se muestra alegre cuando realizan una buena atención al cliente

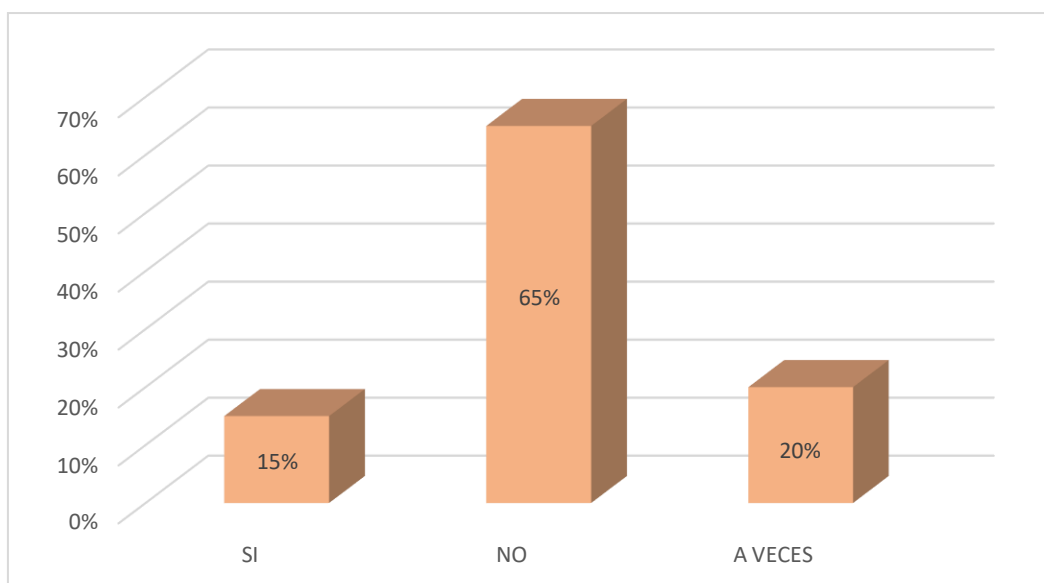
INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a la figura 4, del total 100%(trabajadores), se obtuvo lo siguiente: 25% (10), de los encuestados manifiestan que el jefe si demuestra alegría cuando realizan una buena atención al cliente, mientras que el 58%(23) dijeron que el jefe no demuestra alegría cuando realizan una buena atención al cliente, así mismo el 17%(7) respondieron que a veces demuestra alegría cuando realizan una buena atención al cliente.

Tabla5.El jefe transmite la autoestima a los trabajadores

Alternativa	N° Trabajadores	N° Porcentaje de trabajadores
SI	6	15%
NO	26	65%
A VECES	8	20%
TOTAL	40	100%

Fuente: (Elaboración propia).



Fuente: (Elaboración propia).

Figura5.El jefe transmite la autoestima a los trabajadores

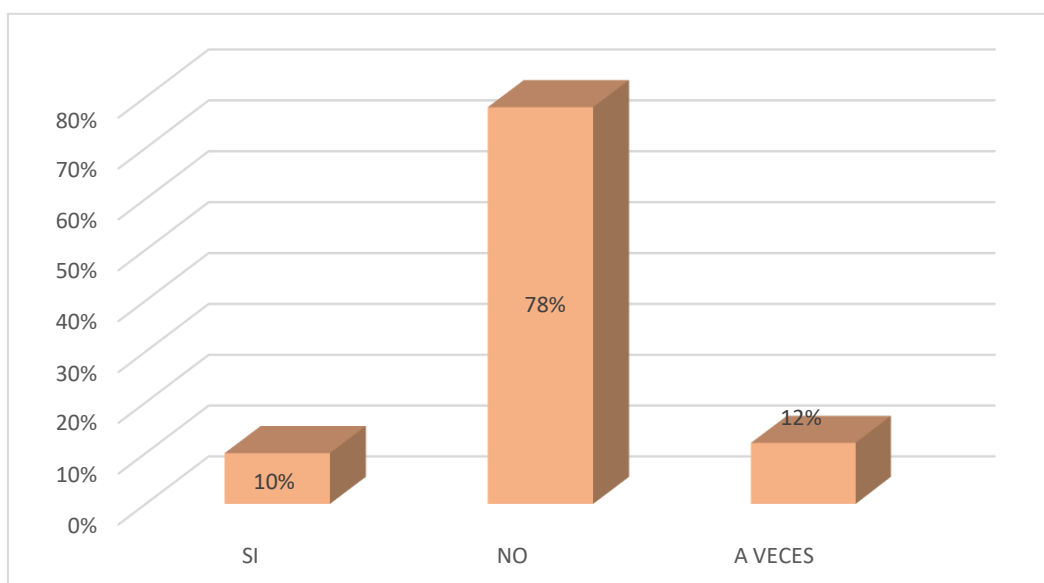
INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a la figura 5, del total 100%(trabajadores), se obtuvo lo siguiente: 15% (6), de los encuestados manifiestan que el jefe si transmite la autoestima a los trabajadores, mientras que el 65%(26) dijeron que el jefe no transmite la autoestima a los trabajadores, así mismo el 20%(8) respondieron que a veces transmite la autoestima a los trabajadores.

Tabla6.El jefe brinda reconocimiento cuando sus ventas incrementan

Alternativa	N° Trabajadores	N° Porcentaje de trabajadores
SI	4	10%
NO	31	78%
A VECES	5	12%
TOTAL	40	100%

Fuente: (Elaboración propia).



Fuente: (Elaboración propia).

Figura6.El jefe brinda reconocimiento cuando sus ventas incrementan

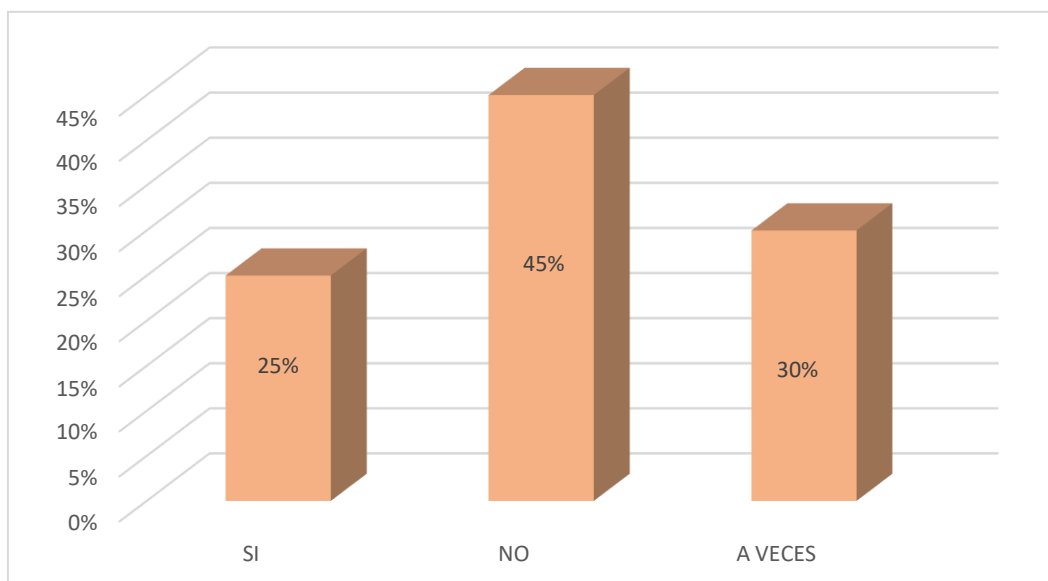
INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a la figura 5, del total 100%(trabajadores), se obtuvo lo siguiente: 10% (4), de los encuestados manifiestan que el jefe si brinda reconocimiento cuando sus ventas incrementan, mientras que el 78%(31) dijeron que el jefe no brinda reconocimiento cuando sus ventas incrementan, así mismo el 12%(5) respondieron que a veces brinda reconocimiento cuando sus ventas incrementan.

Tabla 7. El jefe es honesto en poner los precios justos de sus productos en su bodega

Alternativa	N° Trabajadores	N° Porcentaje de trabajadores
SI	10	25%
NO	18	45%
A VECES	12	30%
TOTAL	40	100%

Fuente: (Elaboración propia).



Fuente: (Elaboración propia).

Figura 7. El jefe es honesto en poner los precios justos de sus productos en su bodega

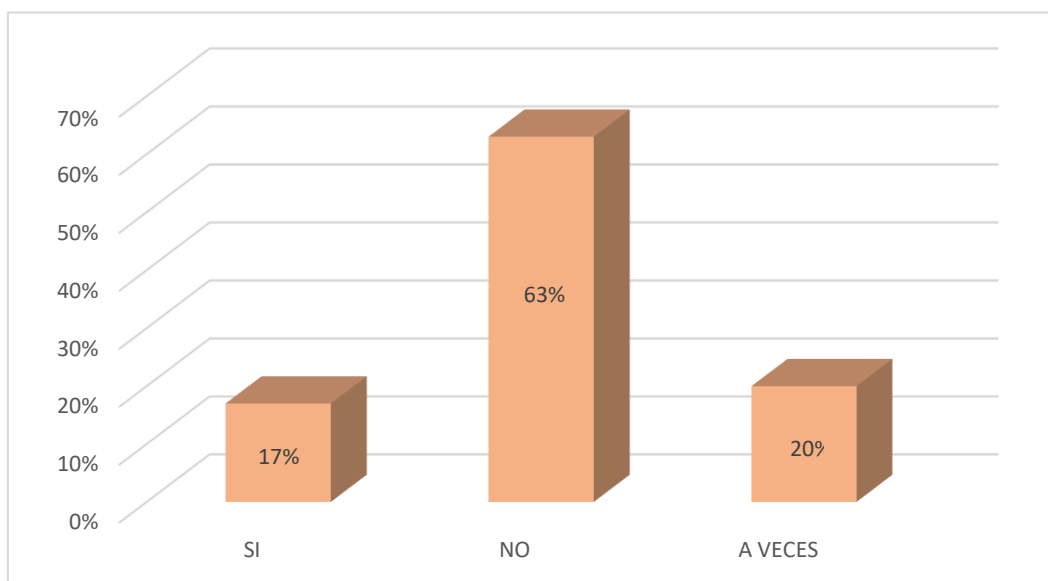
INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a la figura 7, del total 100% (trabajadores), se obtuvo lo siguiente: 25% (10), de los encuestados manifiestan que el jefe si es honesto en poner los precios justos de sus productos en su bodega, mientras que el 45% (18) dijeron que el jefe no es honesto en poner los precios justos de sus productos en su bodega, así mismo el 30% (12) respondieron que a veces es honesto en poner los precios justos de sus productos en su bodega.

Tabla 8. El jefe motiva con algún incentivo en fechas festivas

Alternativa	N° Trabajadores	N° Porcentaje de trabajadores
SI	7	17%
NO	25	63%
A VECES	8	20%
TOTAL	40	100%

Fuente: (Elaboración propia).



Fuente: (Elaboración propia).

Figura 8. El jefe motiva con algún incentivo en fechas festivas

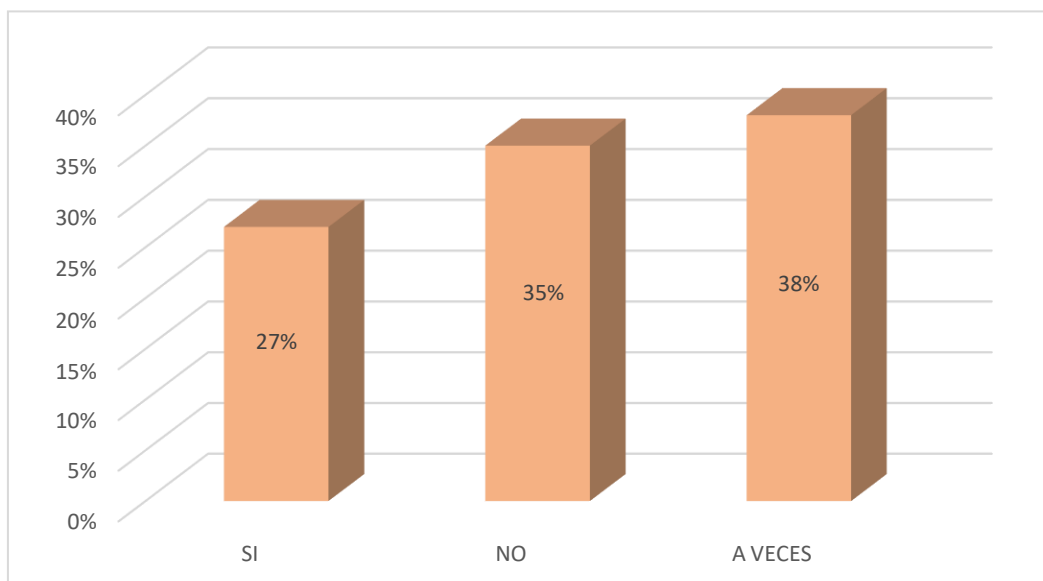
INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a la figura 8, del total 100% (trabajadores), se obtuvo lo siguiente: 17% (7), de los encuestados manifiestan que el jefe si motiva con algún incentivo en fechas festivas, mientras que el 63% (25) dijeron que el jefe no motiva con algún incentivo en fechas festivas, así mismo el 20% (8) respondieron que a veces motiva con algún incentivo en fechas festivas.

Tabla9.El propietario asume un rol solidario con los trabajadores

Alternativa	N° Trabajadores	N° Porcentaje de trabajadores
SI	11	27%
NO	14	35%
A VECES	15	38%
TOTAL	40	100%

Fuente: (Elaboración propia).



Fuente: (Elaboración propia).

Figura9.El propietario asume un rol solidario con los trabajadores

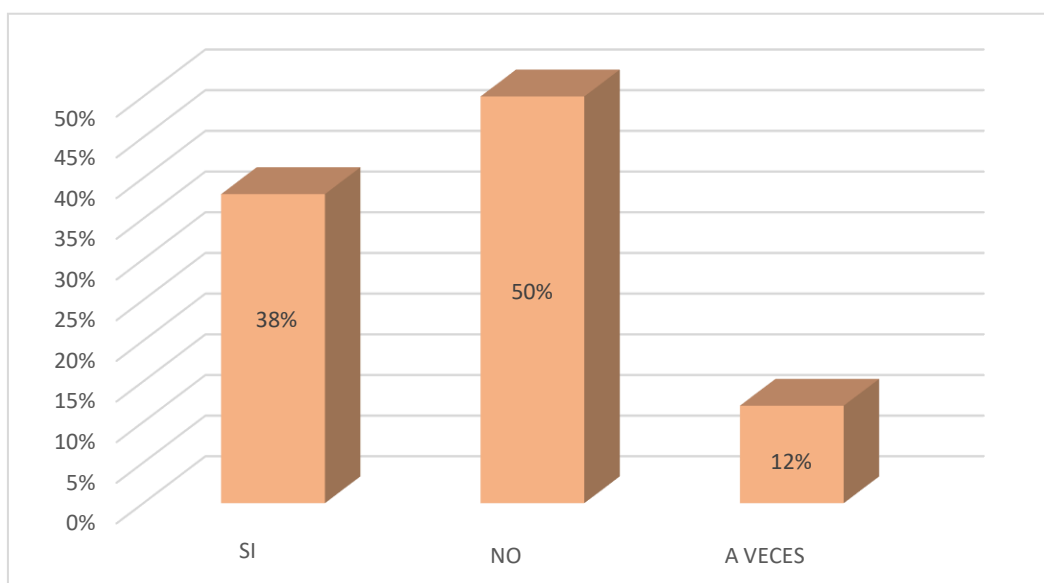
INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a la figura 9, del total 100%(trabajadores), se obtuvo lo siguiente:27% (11), de los encuestados manifiestan que el jefe si asume un rol solidario con los trabajadores, mientras que el 35%(14) dijeron que el jefe no asume un rol solidario con los trabajadores, así mismo el 38%(15) respondieron que a veces asume un rol solidario con los trabajadores.

Tabla10.El jefe refleja buen trato con sus trabajadores

Alternativa	N° Trabajadores	N° Porcentaje de trabajadores
SI	15	38%
NO	20	50%
A VECES	5	12%
TOTAL	40	100%

Fuente: (Elaboración propia).



Fuente: (Elaboración propia).

FIGURA10.El jefe refleja buen trato con sus trabajadores

INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a la figura 10, del total 100%(trabajadores), se obtuvo lo siguiente: 38% (15), de los encuestados manifiestan que el jefe si refleja buen trato con sus trabajadores, mientras que el 50%(20) dijeron que el jefe no refleja buen trato con sus trabajadores, así mismo el 12%(5) respondieron que a veces refleja buen trato con sus trabajadores.

5.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

De acuerdo al objetivo específico N° 01

Habiendo realizado la aplicación de las encuestas a 40 trabajadores de las bodegas del distrito de Andrés Avelino Cáceres, se indica que de acuerdo a la tabla n° 1, denominada el jefe tiene un objetivo futuro en mente para aplicar en su bodega,” el 70% manifiestan que el jefe si tiene en mente un objetivo futuro para su bodega, mientras que el 20% respondieron que el jefe no tiene en mente un objetivo futuro para su bodega, así mismo el 10% mencionan que a veces el jefe tiene en mente un objetivo futuro para su bodega,

Estos resultados se comparan con los resultados obtenidos de (Gaytán Amado, 2015) “en su investigación titulado “Caracterización del Liderazgo Carismático en las Micro y Pequeñas”, Empresas del Sector servicio Rubro Restaurantes en el Distrito de Huaraz”, determino que las características del liderazgo carismático, están basadas en que los restaurantes tienen una visión hacia el futuro brindando servicios a los clientes en el cual genera entusiasmo en los trabajadores, ya que es capaz de hacer que los trabajadores den lo máximo de sí, los líderes carismáticos son visionarios e inspiradores, seguros que tienden a hacer buen uso de la comunicación verbal; capaces de cambiar incluso las necesidades, valores, objetivos o aspiraciones de los trabajadores, lo cual no se cumplen en algunas empresas.

De acuerdo a la tabla 2 denominada Usted considera que el jefe sabe inspirar el 20% encuestados afirman que el jefe sabe inspirar a los trabajadores, mientras que el 60% manifiestan que no sabe inspirar a los trabajadores, así mismo el 20% respondieron que a veces son inspirados los trabajadores por parte del propietario.

Estos resultados se comparan con los resultados obtenidos de (Gaytán Amado, 2015) “en su investigación titulado “Caracterización del Liderazgo Carismático en las Micro y Pequeñas”, Empresas del Sector servicio Rubro Restaurantes en el Distrito de Huaraz”,

determino que las características del liderazgo carismático, genera entusiasmo en los trabajadores y son inspirados por los dueños del restaurante ya que es capaz de hacer que los trabajadores den lo máximo de sí, los líderes carismáticos son visionarios e inspiradores, seguros que tienden a hacer buen uso de la comunicación verbal; capaces de cambiar incluso las necesidades, valores, objetivos o aspiraciones de los trabajadores, lo cual no se cumplen en algunas empresas.

De acuerdo a la tabla 3 denominada El jefe orienta y mantiene comunicación con sus trabajadores el 30% manifiestan que el jefe si les orienta y mantiene comunicación con sus trabajadores, mientras que el 55% no son orientados ni mantienen comunicación con el propietario, así mismo el 15% respondieron que a veces son orientados y mantienen comunicación con los propietarios.

Estos resultados se comparan con los resultados obtenidos según (Salazar Orlando, 2012) en su investigación denominada “Liderazgo Empresarial Visto desde una Perspectiva de Comunicación Organizacional”, identificando entre las características del líder y la comunicación organizacional, por ello estos resultados coinciden porque se debe implementar dentro del liderazgo carismático una buena comunicación entre los partícipes de las bodegas; ya que es de suma importancia y son claves para llegar a las metas y objetivos que se plantean.

En relación al objetivo específico N° 02

Habiendo realizado la aplicación de las encuestas a 40 trabajadores de las bodegas del distrito de Andrés Avelino Cáceres, se indica que de acuerdo a la tabla n° 4 denominada El jefe de la bodega se muestra alegre cuando realizan una buena atención al cliente el 25% respondieron que el jefe de la bodega demuestra alegría cuando realizan una buena atención al cliente, mientras que el 58% mencionan que el jefe de la bodega no demuestra alegría

cuando realizan una buena atención al cliente, así mismo el 17% respondieron que a veces el jefe de la bodega demuestra alegría cuando realizan una buena atención al cliente.

Estos resultados se comparan con los resultados obtenidos de (Rosas, 2013) ,En su estudio sobre el “Rol del líder en los Modelos de Excelencia y de Competencias del Liderazgo en el Sector Turismo”, la cual identifica la importancia de optimismo y la interacción en relación a la atención a los clientes cómo una de las características del líder y a su vez medir la calidad de atención dentro de la organización. Por tanto, estos resultados coinciden ya que el líder como el dueño de la bodega tienen competencias relacionado con el uso del criterio optimo, el comportamiento y la para el mejoramiento del sistema gerencial de la organización.

De acuerdo a la tabla 5 denominada el jefe transmite la autoestima a los trabajadores el 15% mencionan que, si el jefe transmite la autoestima a los trabajadores, mientras que el 65% respondieron el jefe no transmite la autoestima a los trabajadores, así mismo el 20% de los encuestados dijeron que solo a veces el jefe transmite la autoestima a los trabajadores.

Estos resultados se comparan con los resultados obtenidos de (Oré, 2010) en su estudio sobre “El liderazgo carismático y su implicancia en la gestión integrada de clientes y servicios de telefonía en el Perú”, gerencial y la personalidad para mejorar los resultados de la gestión integrada de los clientes preferentes y sus servicios en Telefónica del Perú por lo cual los resultados coinciden, en que la práctica del liderazgo carismático como motivación interna influye de manera significativa en el desempeño del personal, al igual que en una bodega para reflejar el grado de autoestima del propietario hacia los trabajadores.

De acuerdo a la tabla 6 denominada el jefe brinda reconocimiento cuando sus ventas incrementan el 10% de los encuestados respondieron que el jefe si les brinda reconocimiento cuando sus ventas incrementan, mientras que el 78% mencionan que el jefe no les brinda reconocimiento cuando sus ventas incrementan, así mismo el 12% dijeron que a veces el jefe brinda reconocimiento cuando sus ventas incrementan.

Estos resultados se comparan con los resultados obtenidos de (Oré, 2010) en su estudio sobre “El liderazgo carismático y su implicancia en la gestión integrada de clientes y servicios de telefonía en el Perú”, el cual se tuvo como objetivo determinar los resultados que se obtiene para la satisfacción del clientes, en donde se concluye que también un estilo de liderazgo carismático también debería estar orientado a las promociones dadas por la misma empresa para la satisfacción del trabajador la cual coinciden con dichos resultados obtenidos ya que se debería brindar un reconocimiento no solo para satisfacer al trabajador.

En relación al objetivo específico N° 03

Habiendo realizado la aplicación de las encuestas a 40 trabajadores de las bodegas del distrito de Andrés Avelino Cáceres, se indica que de acuerdo a la tabla n°7 el jefe es honesto en poner los precios justos de sus productos en su bodega el 25% de los encuestados respondieron que el jefe si es honesto en poner los precios justos de sus productos en su bodega, mientras que el 45% dijeron que el jefe no es honesto en poner los precios justos de sus productos en su bodega, así mismo el 30% manifiesta que a veces el jefe es honesto en poner los precios justos de sus productos en su bodega.

Estos resultados se comparan con los resultados obtenidos de (TOALA MENENDEZ, 2013) En un estudio sobre el “Liderazgo Carismático y su Incidencia en la Innovación Tecnológica de las Pequeñas y Empresas del Sector Urbano del Cantón Portoviejo, menciona que un líder de trabajo debe dedicar un tiempo, lo cual es la clave esencial para un buen posicionamiento sobre la competencia. La cual coinciden con dichos resultados ya que indican que ejercen liderazgo en las bodegas y se adaptan a los cambios del mundo globalizado basados en la honestidad, compromiso y con ética, lo que les permite ejercer el puesto de manera sutil.

De acuerdo a la tabla 8 denominada el jefe motiva con algún incentivo en fechas festivas el 17% de los encuestados afirman que el jefe motiva con algún incentivo en fechas festivas, mientras que el 63% manifiesta que el jefe no motiva con ningún incentivo en fechas festivas, así mismo el 20% dijeron que a veces el jefe motiva con algún incentivo en fechas festivas.

Estos resultados se comparan con los resultados obtenidos por (AMADO, 2015) En su investigación titulada “Caracterización del Estilo de Liderazgo Carismático en el Rubro Restaurantes Turísticos”, tuvo como objetivo general Describir las principales características del estilo de liderazgo carismático en la micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes turísticos .Para lo cual coincide con estos resultados ya que ambos tienen escasa capacidad de motivar tanto al líder, personal como los clientes para lograr mayor entusiasmo y compromiso, así mismo, moralmente no existe consideración a sus colaboradores.

De acuerdo a la tabla 9 denominada el propietario asume un rol solidario con los trabajadores el 27% de los encuestados respondieron que el propietario si asume un rol solidario con los trabajadores, mientras que el 35% mencionan que el propietario no asume un rol solidario con los trabajadores, así mismo el 38% dijeron que a veces el propietario asume un rol solidario con los trabajadores.

Estos resultados se comparan con los resultados obtenidos de (ORLANDO, 2016) En su investigación titulada, “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, tuvo como objetivo general: Describir y determinar las principales características del estilo del liderazgo carismático; expresan la inexistencia de empatía entre el líder y colaborador; estos resultados coinciden pero en sentido contradictorio, ya que en

la presente investigación se presenta un grado mayor de empatía la cual conlleva la calidad y la satisfacción de los clientes de las bodegas

De acuerdo a la tabla 10 El jefe refleja buen trato con sus trabajadores el 38% respondieron que el jefe si refleja buen trato con sus trabajadores, mientras que 50% mencionan que el jefe no refleja buen trato con sus trabajadores, así mismo el 12% respondieron que veces el jefe refleja buen trato con sus trabajadores

Estos resultados se comparan con los resultados obtenidos de (ORLANDO, 2016) En su investigación titulada, “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, tuvo como objetivo general: Describir y determinar las principales características del estilo del liderazgo carismático; expresan la inexistencia de empatía entre el líder y colaborador; estos resultados coinciden pero en sentido contradictorio, ya que en la presente investigación se presenta un grado mayor de empatía la cual conlleva la calidad y la satisfacción de los clientes de las bodegas

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. De acuerdo al objetivo general se llega a la siguiente conclusión: según la mayoría de los trabajadores encuestados se determinó que la mayoría de las micro y pequeñas empresas rubro bodegas en el distrito de Andrés Avelino Cáceres no están logrando aplicar el Liderazgo Carismático, de acuerdo a la encuesta realizada no aplican la visión hacia el futuro de sus bodegas, del mismo modo la mayoría de los encuestados respondieron que en las bodegas no demuestran la confianza hacia los trabajadores, así mismo, los propietarios no demuestran tener carácter positivo con sus trabajadores es decir que no demuestran la honestidad, la motivación ni la empatía.
2. De acuerdo al específico N° 1 se llega a la siguiente conclusión: según a la mayoría de los encuestados se determinó que las empresas no han logrado la visión para el futuro de sus bodegas, ya que la mayoría de los trabajadores consideran que el jefe no sabe inspirar, del mismo modo no orienta ni mantiene comunicación con sus trabajadores, por el contrario la mayoría de los trabajadores demuestran que los jefes si tienen un objetivo futuro en mente para aplicar en su bodega del distrito de Andrés Avelino Cáceres.
3. De acuerdo al específico N° 2 se llega a la siguiente conclusión: según a la mayoría de los encuestados se determinó que las bodegas no están logrando tener carácter positivo con los trabajadores, ya que el propietario no demuestra optimismo con el trabajador cuando realizan una buena atención al cliente, del mismo modo el propietario no transmite la autoestima a los trabajadores, así mismo el jefe tampoco brinda reconocimiento a sus trabajadores cuando sus ventas se incrementan.

4. De acuerdo al específico N° 3 se llega a la siguiente conclusión: según a la mayoría de los encuestados se determinó que las bodegas del distrito de Andrés Avelino Cáceres no aplican la confianza en sus bodegas ya que la mayoría de los trabajadores mencionan que el jefe no es honesto con los precios de sus productos, del mismo modo el jefe no da incentivos a sus trabajadores en fechas festivas, del mismo modo jefe no refleja buen trato con sus trabajadores, por el contrario a veces el propietario asume un rol solidario con sus trabajadores en las bodegas de Andrés Avelino Cáceres.

RECOMENDACIONES

- 1.** Conforme a la conclusión N° 1 se recomienda a las micro y pequeñas empresas rubro bodegas distrito Andrés Avelino Cáceres dar más énfasis y practicar la visión del líder, carácter positivo y la confianza son algunos factores importantes del liderazgo carismático
- 2.** Conforme a la conclusión N° 2 se recomienda al propietario de las bodegas poner en práctica el objetivo futuro, la inspiración y la comunicación.
- 3.** Conforme a la conclusión N° 3 se recomienda al propietario de las bodegas poner en práctica la buena autoestima el optimismo y sugerir que sean reconocidos los trabajadores en recibir un incentivo en fechas festivas
- 4.** Conforme a la conclusión N° 4 se recomienda al propietario de las bodegas poner en práctica la honestidad en los precios de sus productos que ofrece, y sugerir que motive a sus trabajadores, finalmente sugiero que el propietario sea más empático con sus trabajadores.

BIBLIOGRAFIAS

akio kawata, p. (2011). el liderazgo en la administracion y los negocios organizacionales.

amado, v. m. (2015). caracterización del estilo de liderazgo carismático en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes turísticos en el distrito de huaraz, 2015 .

ambler, g. (14 de 02 de 2019). la visión de líder y cómo conseguir que inspire al equipo.

anchua, l. y. (2013). importancia del liderazgo carismático. .

bass. (2011). dotación de un grado extremadamente de alto autoestima.

bermudez, n. (6 de febrero de 2018). el poder de la inteligencia emocional en el liderazgo.

cameron, k. (2012). liderazgo positivo (qué es el liderazgo positivo).

conger. (2012). definicion del liderazgo carismatico.

covey stephen, r. (2013). los siete hyabitos de las personas altamente efectivas o características. buenos aires.

gamarra perez, l. (2013). liderazgo carismático docente y su relación con el rendimiento académico en estudiantes del nivel secundario de la institución educativa independencia del distrito de independencia. ayacucho.

gaytan amado, m. (2015). liderazgo carismático docente y su relación con el rendimiento académico en estudiantes del nivel secundario de la institución educativa independencia del distrito de independencia. ayacucho.

heathfield, s. m. (14 de febrero de 2019). la visión de líder y cómo conseguir que inspire al equipo (pautas para construir una visión compartida).

hernandez sampieri, r. (2013). las hipotesis en la investigacion.

juliana, p. (13 de agosto de 2013). prezi.com/yqw65x2anh1a/lider-positivo-y-lider-negativo/.

maristany. (2014). el liderazgo carismatico y sus cualidades.

maxwell, j. (25 de octubre de 2019). siete cualidades del liderazgo carismático de john maxwell.

merna, n. t. (2013). la influencia del tipo de liderazgo de la atribución en la motivación de los trabajadores”. lima.

miguel ángel, g. (14 de febrero de 2019). <http://www.escuelamanagement.eu/liderazgo/la-vision-lider-conseguir-inspire-al-equipo>.

miguel, c. j. (14 de noviembre de 2017). blog.elinsignia.com/2017/11/14/lider-positivo-y-negativo-rrhh/.

oré, p. a. (2013). el liderazgo carismático y su implicancia en la gestión integrada de clientes y servicios de telefonía en el Perú. peru.

orlando, l. r. (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.

peter salovey y john mayer. (2013). la inteligencia emocional y la toma de.

rivera de la cruz, r. (2012). importancia del liderazgo en las organizaciones. recuperado el 26 de junio

<http://www.eoi.es/blogs/leidymargaritarivera/2012/02/27/importancia-del-liderazgo-en-las-organizaciones/>

rodríguez, e. m. (23 de diciembre de 2018). la inteligencia emocional en el liderazgo.

rosas, e. l. (2013). rol del líder en los modelos de excelencia y de competencias de liderazgo en el sector turismo". españa .

salazar orlando, r. (2012). liderazgo empresarial" visto desde una perspectiva de comunicación organizacional. colombia.

samir, h. (2012). comportamientos carismaticos.

toala menendez, j. g. (2013). el liderazgo o empresarial y su incidencia en la innovación tecnológica de las pequeñas y medianas empresas del sector urbano del cantón portoviejo . ecuador.

weber, m. (2015). liderazgo y los tipos de liderazgo .

ANEXOS

ANEXO N° 1

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																		
N°	Actividades	Abril				Mayo				Junio				Julio				
		semanas				semanas				semanas				semanas				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Planteamiento del problema	X	X															
2	Enunciado del problema		X															
3	Objetivos de la investigación		X															
4	Justificación de la investigación			X														
5	Antecedentes de la investigación			X														
6	Revisión de la literatura				X													
7	Hipótesis de la investigación					X												
8	Metodología de la investigación						X											
9	Resultados de la investigación							X										
10	Análisis de los resultados									X								
11	referencias										X							
12	anexos											X						
13	Presentación del trabajo de investigación												X					
14	1ra evaluación del trabajo de investigación por el jurado													X				
15	Levantamiento de observaciones														X			
16	2da evaluación del trabajo de investigación por el jurado															X		
17	Exposición del trabajo de investigación																X	
18	Elaboración del acta de aprobación o desaprobación																	

ANEXO N° 2

PRESUPUESTO

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (\$/.)
Suministros (*)			
• Impresiones			
• Fotocopias			
• Empastado			
• Papel bond A-4 (500 hojas)			
• Lapiceros			
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información			
Sub total			
Total de presupuesto desembolsable			
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% ó Número	Total (\$/.)
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
• 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			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (\$/.)			

ANEXO N° 3

CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

TITULO

LIDERAZGO CARISMÁTICO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO
BODEGAS, DISTRITO ANDRÉS AVELINO CACERES, AYACUCHO, 2019

GENERO: MASCULINO FEMENINO

EDAD: 20-45 46 a mas

PREGUNTAS	VALOR		
	SI	NO	A VECE S
1.- ¿El jefe tiene un objetivo futuro en mente para aplicar en su bodega?			
2.- ¿Usted considera que el jefe sabe inspirar?			
3.- ¿El jefe orienta y mantiene comunicación con sus trabajadores?			
4.- ¿El jefe de la bodega se muestra alegre cuando realizan una buena atención al cliente?			
5.- ¿El jefe transmite la autoestima a los trabajadores?			
6.- ¿El jefe brinda reconocimiento cuando sus ventas incrementan?			
7.- ¿El jefe es honesto en poner los precios justos de sus productos en su bodega?			
8.- ¿El jefe motiva con algún incentivo en fechas festivas?			
9.- ¿El propietario asume un rol solidario con los trabajadores?			
10.- ¿El jefe refleja buen trato con sus trabajadores?			

ANEXO N° 4

EVIDENCIA DE LA POBLACIÓN DEL DISTRITO DE ANDRÉS AVELINO CACERES SEGÚN LA INEI

5.3 DEPARTAMENTO AYACUCHO: POBLACIÓN TOTAL PROYECTADA Y UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LA CAPITAL LEGAL SEGÚN, PROVINCIA Y DISTRITO, 2015

Provincia y Distrito	Población Total Proyectada al 30/06/2015	Capital Legal				
		Nombre	Categoría	Ubicación Geográfica		
				Altitud (msnm.)	Latitud Sur	Longitud Oeste
Total	688,657					
Huamanga	277,224	Ayacucho				
Ayacucho	93,222	Ayacucho	Ciudad	2 760	13°09'15"	74°13'22"
Acocro	10,659	Acocro	Pueblo	3 246	13°13'06"	74°02'28"
Acos Vinchos	5,948	Acos Vinchos	Pueblo	2 839	13°06'45"	74°06'06"
Carmen Alto	21,350	Carmen Alto	Pueblo	2 800	13°10'20"	74°13'27"
Chiara	6,944	Chiara	Pueblo	3 515	13°16'24"	74°12'19"
Ocos	6,289	Ocos	Villa	3 146	13°23'30"	73°54'59"
Pacaycasa	3,192	Pacaycasa	Pueblo	2 557	13°03'23"	74°12'51"
Quinua	6,200	Quinua	Villa	3 275	13°02'59"	74°08'23"
San José de Tiellos	2,460	Tiellos	Pueblo	3 267	13°07'58"	74°19'59"
San Juan Bautista	50,429	San Juan Bautista	Ciudad	2 734	13°09'57"	74°13'20"
Santiago de Pischo	1,626	San Pedro de Cachi	Pueblo	3 176	13°05'06"	74°23'28"
Socos	7,441	Socos	Pueblo	3 394	13°12'54"	74°17'22"
Tambillo	5,259	Tambillo	Pueblo	3 064	13°11'32"	74°06'35"
Vinchos	16,616	Vinchos	Pueblo	3 129	13°14'30"	74°21'13"
Jesús Nazareno	18,004	Las Nazarenas	Ciudad	2 734	13°09'11"	74°12'41"
Andrés Avelino Cáceres Dorregaray	21,585	Jardín	Ciudad	2 734	13°09'42"	74°12'38"

ANEXO N° 5
CONSTANCIA DE VALIDACIÓN



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Ayacucho.....de junio 2019

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo..... Marco Antonio Oyar Puse

Identificado con DNI..... 10377596 Carnet de Colegio N° 282

Con el grado de..... Maestría en Gerencia Social

Por medio del presente hago constar que eh revisado con fines de validación el (los) instrumentos de recolección de datos de encuesta, elaborado por el estudiante Tineo Gutiérrez, Rodnina para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado “Liderazgo Carismático en las micro y pequeñas empresas del rubro bodegas, distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho, 2019”, que se encuentran realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta la observación hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.


.....
Econ. Marco Antonio Oyar Puse
C.E.A. N° 262

Ayacucho.....de junio del 2019

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS POR EXPERTOS



TABLA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR EXPERTOS UNIVERSIDAD CATÓLICA ULADECH

APELLIDOS Y NOMBRES DEL INFORMANTE	INSTITUCIÓN DONDE LABORA	NOMBRE DEL INSTRUMENTO	AUTOR DEL INSTRUMENTO
Odar Puse, Marco Antonio	ULADECH - CATOLICA	CUESTIONARIO	TINEO GUTIERREZ, Redmilio
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: "LIDERAZGO CARISMÁTICO EN LAS MEDIO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO BODEGAS, DISTRITO ANDRÉS AVELINO CÁCERES, AYACUCHO, 2019"			

1. ASPECTOS DE EVALUACIÓN

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

I. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

II. PROMEDIO DE VALORACIÓN

Firma del experto
 DNI: 10272596 Econ. Marco Antonio Odar Puse
C.E.A. N° 787

LUGAR Y FECHA

ANEXO N° 6

SOLICITUD

SOLICITO PERMISO PARA REALIZAR UN TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Señora: Lizbeth Palomino Caritas, representante de la bodega Liz, ubicado en la avenida Arenales N 295, Ayacucho reciba usted un cordial saludo y al mismo tiempo exponerle lo siguiente:

Yo, Tineo Gutiérrez Rodnina, identificada con DNI n 46620048, siendo estudiante de la escuela profesional de Administración del VIII ciclo perteneciente a la universidad católica los ángeles de Chimbote-Uladech Filial Ayacucho, solicito permiso para realizar proyecto de investigación sobre el tema “Liderazgo Carismático en las micro y pequeñas empresas en el rubro bodegas del distrito Andrés Avelino Caceres, 2019, tenga a bien apoyarme y brindarme información adecuada para ejecutar mi proyecto de investigación y poder cumplir con nuestros objetivos académicos.

Por tal motivo, Ruego a usted acceder a mi pedido para lo cual me autorice realizar las actividades con fines académicos.

.....
PALOMINO CARITAS, LIZBETH

DNI 46627644

.....
TINEO GUTIERREZ RODNINA

DNI. 46620048

INFORME FINAL

INFORME DE ORIGINALIDAD

6%

INDICE DE SIMILITUD

15%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

6%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo