



**“ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES”**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN**

**TESIS**

**“LA INFLUENCIA DEL LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL EN LA  
GESTIÓN EMPRESARIAL EN EL ÁREA DE VENTAS DE LA EMPRESA  
GHI CONSULTORES EMPRESARIALES SAC, EN LA CIUDAD DE LIMA,  
EN EL PERIODO 2017-2018”**

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL**

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**AUTOR**

**MILAGROS DEL ROCÍO GÓMEZ TICONA**

**LIMA, PERÚ**

**2018**

## DEDICATORIA

A Dios por darme salud, fuerza y la perseverancia para continuar con mis planes de crecimiento personal y profesional.

A mis padres por su incondicional apoyo, que a pesar de la distancia me hacen sentir su amor y sus mejores deseos en mi futuro por venir.

A mi abuelita que desde donde esté me cuida, siempre te llevaré en mis recuerdos.

## AGRADECIMIENTO

A cada uno de los profesores de la UAP de la filial de Tacna y de Lima que siguieron de cerca mi desempeño estudiantil, es por ellos que recibí una educación enriquecedora orientándome por 5 años, me llevo las enseñanzas y experiencias de cada uno de ellos. Pero sobre todo un agradecimiento especial al profesor Jaime Sueldo Mesones por ser un educador de calidad impartíendome los conocimientos necesarios para culminar exitosamente la tesis presentada y por ser un buen consejero guiándome por el camino correcto.

## RESUMEN

Hoy en día las empresas que prestan servicios se están enfocando en la tecnología que cada vez más se apodera de nosotros, es así como se forman las nuevas industrias, gracias a las necesidades que se observan en los nuevos clientes. Una de ellas es la industria de contact center que tercerizar sus servicios para ofrecerlos a todas las empresas que venden sus productos o desean brindar información a la ciudadanía a través de plataformas digitales como la página web de la empresa o institución incluyendo también por medio de sus redes sociales, recibiendo la misma calidad de atención por cualquiera de estos canales.

Como todos sabemos dentro de esta industria se trabaja con recursos humanos que es el más valioso y cada organización es única justamente por ellos, es por eso que las empresas deben pensar en nuevos métodos para motivar y llevar a cabo una buena gestión para que el rendimiento del recurso humano sea satisfactorio y por ende se obtengan los logros propuestos. Pero sabemos que los gerentes o nuevos líderes aún no aplican las teorías del liderazgo en la práctica es por eso que nuestra problemática se centra en el liderazgo transformacional que influirá en la gestión empresarial en el área de ventas de la empresa GHI Consultores Empresariales SAC teniendo como objetivo principal Determinar si el liderazgo transformacional se relaciona con la gestión empresarial, a la vez dentro del alcance que hemos tomado es el alcance exploratorio al comenzar a investigar el tema pasando por el alcance descriptivo, luego el alcance correlacional finalmente el alcance explicativo.

La hipótesis propuesta es la siguiente; Si introducimos de modo competente el liderazgo transformacional, esto influirá positivamente de forma beneficiosa a la gestión empresarial.

Esta investigación es de tipo aplicada con enfoque cuantitativo porque aportará conocimientos y soluciones en beneficio de la empresa, cuenta con el nivel correlacional el cual medirá la relación entre ambas variables, El resultado de los cuestionarios aplicados a la muestra de 20 colaboradores son expresados por medio del programa SPSS, donde se comprueba que el liderazgo transformacional influye directamente en la gestión empresarial del líder.

**PALABRAS CLAVE:** Liderazgo, Motivación, Productividad

## ABSTRACT

Nowadays the companies that provide services are focusing on the technology that increasingly takes hold of us, this is how new industries are formed, thanks to the needs that are observed in new customers. One of them is the contact center industry that outsources its services to offer them to all companies that sell their products or wish to provide information to citizens through digital platforms such as the website of the company or institution also including through their social networks, receiving the same quality of attention by any of these channels.

As we all know within this industry we work with human resources which is the most valuable and each organization is uniquely just for them, that's why companies must think of new methods to motivate and carry out good management so that performance of human resources is satisfactory and therefore the proposed achievements are obtained. But we know that managers or new leaders still do not apply the theories of leadership in practice that is why our problem focuses on the transformational leadership that will influence the business management in the sales area of the company GHI Consultores Empresariales SAC having as main objective Determine if transformational leadership is related to business management, while within the scope we have taken is the exploratory scope to begin to investigate the issue going through the descriptive scope, then the correlational scope finally the explanatory scope.

The proposed hypothesis is as follows; If we introduce competent transformational leadership, this will positively influence business management in a beneficial way.

This research is of the applied type with a quantitative approach because it will provide knowledge and solutions for the benefit of the company. It has the correlation level, which will measure the relationship between both variables. The results of the questionnaires applied to the sample of 20 collaborators are

expressed by means of the SPSS program, where it is proven that transformational leadership directly influences the business management of the leader.

Key Words: Leadership, Motivation, Productivity

## ÍNDICE GENERAL

<b>CAPÍTULO I</b> .....	1
<b>PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	1
1.1 Planteamiento del Problema .....	1
1.2 Formulación del Problema .....	34
<b>1.2.1 Problema Principal</b> .....	34
<b>1.2.2 Problemas Secundarios</b> .....	34
1.3 Objetivos de la Investigación .....	35
<b>1.3.1 Objetivo General</b> .....	35
<b>1.3.2 Objetivos Específicos</b> .....	35
1.4 Justificación Del Estudio .....	36
1.5 Limitaciones de la Investigación .....	38
<b>CAPITULO II</b> .....	39
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	39
2.1 Antecedentes de la Investigación .....	39
2.2 Bases Teóricas .....	61
2.3 Definición de Términos .....	76
2.4 Hipótesis .....	79
<b>2.4.1 Hipótesis General</b> .....	79
<b>2.4.2 Hipótesis Específicas</b> .....	79
2.5 Variables .....	80



<i>2.5.1 Definición Conceptual de la Variable</i> .....	80
<i>2.5.2 Definición Operacional de la Variable</i> .....	81
<i>2.5.3 Operacionalización de las Variables</i> .....	82
<b>CAPITULO III</b> .....	84
<b>METODOLOGÍA</b> .....	84
3.1 Tipo y Nivel de Investigación.....	84
3.2 Descripción del Ámbito de Investigación .....	86
3.3 Población y Muestra .....	87
3.4 Técnicas e Instrumentos para la Recolección de datos .....	88
3.5 Validez y Confiabilidad de Instrumentos .....	88
3.6 Plan de Recolección y Procesamiento de Datos .....	112
<b>CAPITULO IV</b> .....	114
<b>RESULTADOS</b> .....	114
<b>CAPITULO V</b> .....	148
<b>DISCUSIÓN</b> .....	148
<b>CONCLUSIONES</b> .....	154
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	155
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	156
<b>ANEXOS</b> .....	167

## ÍNDICE DE CUADROS

<i>Cuadro 1. Pronóstico y Control Pronóstico</i> .....	28
<i>Cuadro 2. Operacionalización de Variables</i> .....	82
<i>Cuadro 3. Estadística de fiabilidad. Alfa de Cronbach</i> .....	92
<i>Cuadro 4. Estadísticas del total del elemento</i> .....	93
<i>Cuadro 5. Prueba de Normalidad</i> .....	97
<i>Cuadro 6. Plan de Recolección y procesamiento de datos de GHI Consultores Empresariales SAC</i> .....	112
<i>Cuadro 7. Frecuencia de la pregunta 1- Variable Liderazgo Transformacional</i> .....	115
<i>Cuadro 8. Frecuencia de la pregunta 2- Variable Liderazgo Transformacional</i> .....	117
<i>Cuadro 9. Frecuencia de la pregunta 3- Variable Liderazgo Transformacional</i> .....	119
<i>Cuadro 10. Frecuencia de la pregunta 4- Variable Liderazgo Transformacional</i> .....	121
<i>Cuadro 11. Frecuencia de la pregunta 5- Variable Liderazgo Transformacional</i> .....	124
<i>Cuadro 12. Frecuencia de la pregunta 6- Variable Liderazgo Transformacional</i> .....	126
<i>Cuadro 13. Frecuencia de la pregunta 7- Variable Liderazgo Transformacional</i> .....	128
<i>Cuadro 14. Frecuencia de la pregunta 8- Variable Liderazgo Transformacional</i> .....	130

<i>Cuadro 15. Frecuencia de la pregunta 1- Variable Gestión Empresarial</i>	
.....	132
<i>Cuadro 16. Frecuencia de la pregunta 2- Variable Gestión Empresarial</i>	
.....	134
<i>Cuadro 17. Frecuencia de la pregunta 3- Variable Gestión Empresarial</i>	
.....	136
<i>Cuadro 18. Frecuencia de la pregunta 4- Variable Gestión Empresarial</i>	
.....	138
<i>Cuadro 19. Frecuencia de la pregunta 5- Variable Gestión Empresarial</i>	
.....	140
<i>Cuadro 20. Frecuencia de la pregunta 6- Variable Gestión Empresarial</i>	
.....	142
<i>Cuadro 21. Frecuencia de la pregunta 7- Variable Gestión Empresarial</i>	
.....	144
<i>Cuadro 22. Frecuencia de la pregunta 8 - Variable Gestión Empresarial</i>	
.....	146

## ÌNDICE DE GRÁFICOS

<i>Grafico 1. Resultado en barras de la pregunta 1 - Variable Liderazgo Transformacional</i> .....	115
<i>Grafico 2. Resultados en barras de la Pregunta 2- Variable Liderazgo Transformacional</i> .....	117
<i>Grafico 3, Resultados en barras de la Pregunta 3 - Variable liderazgo transformacional</i> .....	120
<i>Grafico 4. Resultados en barras de la Pregunta 4 - Variable liderazgo transformacional</i> .....	123
<i>Grafico 5. Resultados en barras de la Pregunta 5 - Variable liderazgo transformacional</i> .....	125
<i>Grafico 6. Resultados en barras de la Pregunta 6 - Variable liderazgo transformacional</i> .....	127
<i>Grafico 7. Resultados en barras de la Pregunta 7 - Variable liderazgo transformacional</i> .....	129
<i>Grafico 8. Resultados en barras de la Pregunta 8 - Variable liderazgo transformacional</i> .....	131
<i>Grafico 9. Resultados en el diagrama de pastel Pregunta 1 de la variable Gestión Empresarial</i> .....	133
<i>Grafico 10. . Resultados en el diagrama de pastel. Pregunta 2 - Variable gestión empresarial</i> .....	135
<i>Grafico 11. Resultados en el diagrama de pastel. Pregunta 3 - Variable Gestión Empresarial</i> .....	137
<i>Grafico 12. . Resultados en el diagrama de pastel. Pregunta 4 - Variable Gestión empresarial</i> .....	139

<i>Grafico 13. Resultados en el diagrama de pastel Pregunta 5 - Variable</i>	
<b><i>Gestión empresarial</i></b> .....	141
<i>Grafico 14. Resultados en el diagrama de pastel Pregunta 6 – Variable</i>	
<b><i>Gestión empresarial</i></b> .....	143
<i>Grafico 15. Resultados en el diagrama de pastel. Pregunta 7 - Variable</i>	
<b><i>Gestión empresarial</i></b> .....	145
<i>Grafico 16. Resultados en el diagrama de pastel. Pregunta 8 - Variable</i>	
<b><i>Gestión empresarial.</i></b> .....	147

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1. Participación de call centers por mercados latinoamericanos. Call Centers en Centroamérica. Promperú. (2015)</i> .....	7
<i>Figura 2. América Central. Call Centers en Centroamérica. Promperú. (2015)</i> .....	8
<i>Figura 3. Participación de las principales empresas call centers en Centro América y el Caribe. Call Centers en Centroamérica. Promperú. (2015)</i> .....	9
<i>Figura 4. Call center en Panamá. Tomado de Call Centers en Centroamérica. Promperú. (2015)</i> .....	10
<i>Figura 5. Miembros de la Asociación Peruana de Centros de Contacto. Tomado de Apecco. (2014)</i> .....	14
<i>Figura 6. Miembros de la Asociación Peruana de Centros de Contacto. Tomado de Apecco. (2014)</i> .....	14
<i>Figura 7. Proveedor y Cliente Principal de GHI Consultores Empresariales SAC. Tomado de. Empresa América Móvil Perú SAC. Claro. 2018)</i> .....	22
<i>Figura 8. Teleatento del Perú SAC. Tomado de la Pagina Web de Teleatento del Perú SAC</i> .....	22
<i>Figura 9. Konecta Bto S.L. Tomado de la Pagina Web de Konecta Bto S.L.</i> .....	23
<i>Figura 10. Servicio integral Perú Sociedad Anónima Cerrada Serproin Perú SAC. Tomado de la Pagina Web de. Servicio integral Perú Sociedad Anónima Cerrada Serproin Perú SAC</i> .....	23

<i>Figura 11. Servicios de Call Center del Perú S.A. Tomado de la Página Web de Servicios de Call Center del Perú S.A.</i> .....	24
<i>Figura 12. Matriz Foda. Elaboración Propia</i> .....	26
<i>Figura 13. Diagrama de Ishikawa. Elaboración Propia</i> .....	27
<i>Figura 14. Mapa de ubicación de la empresa GHI Consultores Empresariales SAC. Google</i> .....	86
<i>Figura 15. Diagrama de Dispersión entre las variables Liderazgo transformacional y Gestión Empresarial. Elaboración Propia</i> .....	104
<i>Figura 16. Proceso de elaboración coeficiente de Alfa de Cronbach. Elaboración propia desde SPSS.</i> .....	105
<i>Figura 17. Proceso de elaboración de Prueba de normalidad. Elaboración propia desde SPSS</i> .....	106
<i>Figura 18. Proceso de elaboración de Prueba de B de Kendall. Elaboración propia desde SPSS.</i> .....	106
<i>Figura 19. Proceso de elaboración del diagrama de dispersión. Elaboración propia desde SPSS.</i> .....	107
<i>Figura 20. Sueldo J. Resumen de las correcciones de Tau-b de Kendall, Lima. Elaboración propia</i> .....	110
<i>Figura 21. Sueldo J. (2016) citado por Segura C. (2017) Conceptualización final de las conclusiones, Lima. Elaboración propia</i> .....	111

## INTRODUCCIÓN

El liderazgo transformacional se diferencia por generar transformaciones en personas, compañías y dentro los ámbitos sociales.

Es un poder que alienta a sus fanáticos a conseguir las metas y que éstos sobrepasen lo ya planeado, no se conforman con lo logrado. El líder y el seguidor forman un estrecho vínculo el cuál es un compromiso por ambas partes, el líder de motivar, apoyar, aconsejar y comprometerse con la organización a sacar adelante a sus colaboradores para generar no solo utilidades sino tener en sus manos la gestión de un gerente impecable en su día a día guiando con valores, ética, moral y sobre todo con el ejemplo. Por otra parte, los seguidores se comprometen a ser más productivos teniendo las herramientas necesarias y siguiendo el ejemplo del líder para que en el futuro sean nuevos líderes que formen otros líderes.

El líder transformacional estimula cambios realmente positivos en todo su equipo de trabajo, interesándose en las tareas de cada de ellos. Y es así como se hace merecedor del respeto y estima de los demás. El primer capítulo contiene la realidad problemática la cual fue estudiada a nivel Latinoamérica, luego En Perú a nivel nacional y por último de manera local, estudiando la realidad de la empresa presentada, todo esto sirvió para generar nuestra problemática, los objetivos, las hipótesis planteadas según nuestra investigación definir cada una de las variables de nuestra problemática de manera conceptual y operacional, la metodología usada está incluida en este capítulo, la muestra y población que tomamos para realizar el cuestionario que es el instrumento que utilizamos para la recolección de los datos y para terminar la justificación, importancia y limitaciones.

En el segundo capítulo investigamos los antecedentes para nuestro marco teórico, lo de los cuales tomamos varios autores tanto a nivel nacional como internacional los cuales contienen información acerca de las dos variables, seguidamente se encuentran nuestras bases teóricas tomadas de varios



autores, finalmente la definición de términos en donde explicamos la definición de palabras relevantes dentro del marco teórico.

En el tercer capítulo incluimos la presentación, análisis e interpretación de los resultados de nuestro instrumento expresados en gráficos.

En el cuarto punto están incluidas las conclusiones, recomendaciones, fuentes de información y anexos que acompañarán y darán la veracidad de esta investigación.

# **CAPÍTULO I**

## **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1 Planteamiento del Problema**

Desde el periodo de 1997, empezó a ganar interés el estudio de los servicios, como mecanismo de incremento de la economía por causa de introducir procedimientos de modernización al interior de ellos y en principio a la utilización de tecnologías de sistematización. Se inició comprobando que en medio de una sección de servicio convencional había otra sección de empeño incrementándose y se basa en procedimientos asociados a organizaciones emprendedoras y tecnológicamente adelantadas, de este modo se utiliza los datos y estudios de manera que el elemento de la ocupación sea competente. (Drucker, 1993; Bell, 1999; Freeman y Louca, 2001) (Micheli, 2012).

(Baras, 1986) Tiene un significado avanzado fundamental para encaminar la transformación tecnológica importante en funciones, el cual sostiene el concepto de que ciertos bienes mediante servicios regresarían a permanecer su fase de artículos “optimizados” justamente por utilizar tecnologías informáticas en la etapa de elaboración del servicio ampliando su eficiencia, esto conlleva a nuevas enseñanzas que dirige a una nueva manufactura final, entonces las tecnologías de la información empezaron a analizar segmentos de innovación de servicios, enfrentándose a la evolución siendo el propósito desterrar al personal de trabajo, Fue así que luego de un periodo de tiempo los servicios ya tienen un lugar importante en los negocios dentro de la era globalizada en una economía renovada (OECD, 2000) los países que están dentro de esta organización han añadido factores fundamentales en el sector

de servicios, llegando al 70% de elementos principales para crecer en servicios. (Wölfl, 2005). Micheli et al, (2012)

Dentro de toda esta unión de globalización, tecnología y nuevos mecanismos innovadores de trabajo la sociedad interpreta que la mano de obra debe ser punto importante dentro del movimiento de la economía ya que estos colaboradores están influenciados con el trabajo emocional y laboralmente, pero sucede todo lo contrario la economía hoy en día es impulsada por las TICS, conforme a esto brinda crecimiento dentro del territorio sea nacional o internacional. Micheli et al, (2012)

(Garza, 2011) Se debe investigar sobre los servicios ya que es primordial para percibir la transformación macroeconómica en los últimos periodos dando pie a que el cambio estará en los servicios terciarizados concretando el crecimiento del patrimonio sea como país de forma colectiva, así como la estructuración de la labor económica en los territorios. Micheli et al, (2012)

El nuevo rubro de contact center ha dado una vuelta de 360° en los últimos tiempos no solo porque sincroniza los cambios de la evolución digital sino porque estas transformaciones influyen dentro del negocio o empresa en donde el marketing, las ventas y la atención al cliente formen una intercomunicación dando mayor fuerza y satisfaciendo al cliente en su compra. (Barboza, 2017)

Otro cambio dado es que el outbound que se iba por el lado tradicional del marketing pero ahora está siendo reemplazado por inbound que crea nuevas expectativas y necesidades en el cliente atrayendo su atención. Barboza et al, (2017)

En años anteriores se ejecutaba las llamadas televentas con el afán de explotar al máximo las bases y listas de contactos con los clientes en donde se requería el mayor aprovechamiento y productividad por parte del teleoperador. Es por ello que las empresas que desarrollan softwares para los centros de contacto decidieron facilitarles la integración de todas estas

actividades mejorando su sistema de la mano con la tecnología. Barboza et al, (2017)

Ahora vayamos al punto central de esta investigación, a que nos referimos con contact center, que es un contact center, pues bien el contact center es una nueva industria en donde una empresa que se dedica a vender de una forma innovadora, utilizando una estrategia de marketing multicanal que abarca no solo llamadas telefónicas sino también por correo electrónico, mensajes, redes sociales como facebook, whatsapp, instagram, twitter, youtube, Google, etcétera en donde el Customer Relationship Management está totalmente ligado porque entrelaza todos los procesos desde la coordinación de las comunicaciones hasta llevar un seguimiento de los procesos que realice el agente telefónico. Qué es un contact center. (2015, agosto 30). Recuperada de

tm system <http://www.tmsystem.es/blog/call-center/que-es-contact-center/>

A la vez podemos brindar la diferencia entre un call center y un contact center, un call center solo se limita a realizar llamadas a los clientes con el fin vender el producto o servicio, en cambio un contact center ejecuta su servicio a través de diferentes canales de atención teniendo así mayor alcance del cliente y a la vez recibiendo la misma atención como si fuera una llamada.

Qué es un contact center. (2015, Agosto 30). Recuperada de

tm system <http://www.tmsystem.es/blog/call-center/que-es-contact-center/>

En el presente los contact center tienen presencia en distintos ámbitos de la industria. En Sudamérica se está desarrollando cada vez más, ya que la población demanda acceso rápido y directo para solucionar dudas o consultar por algún producto y/o servicio. En Perú este servicio es más factible de exportar.

El ascenso de los call centers. (2011, octubre 3). Recuperada de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2011/10/03/el-ascenso-de-los-call-centers/>

Pero sabemos que en el centro de toda empresa está el cliente, el cual desea un servicio inmediato a través de donde él se encuentre conectado en su vida cotidiana es por ello que ahora desea que le vendan experiencias, valores agregados con un nuevo concepto de tecnología e innovación eficaz. Barboza et al, (2017)

Esto origina nuevos retos para los negocios el primero llegar a él por diferentes canales de comunicación digital, captar su necesidad y brindarle la mejor experiencia diferenciándonos del resto de marcas que tiene el mismo propósito. Barboza et al, (2017)

Es por ello que en este nuevo entorno tecnológico de ofrecer un valor agregado conjuntamente con la experiencia diferencial (inbound) se centrará en nuestro cliente, los contact center se convierten y posicionan como un futuro hub de la organización y se orienta a que la atención del cliente, el marketing, las ventas y el Customer Relationship Management hagan placentero el viaje del cliente. Barboza et al, (2017)

Los centros de contacto ahora están en todos los sectores comerciales desde la atención para una venta hasta la cobranza de algún producto o servicio ya que es lo que mueve la economía. El ascenso de los call centers. (2011, octubre 3). Recuperada de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2011/10/03/el-ascenso-de-los-call-centers/>

Toda industria en general necesita estar en contacto con sus clientes o atraer nuevos clientes es ahí donde juega un papel fundamental el contact center siendo la herramienta necesaria teniendo pleno conocimiento de su trabajo, del servicio que dará y sabiendo que cumple con las expectativas. El ascenso de los call centers. (2011, octubre 3). Recuperada de

<https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2011/10/03/el-ascenso-de-los-call-centers>

Dadas las situaciones los contact centers pueden ser in house como en una entidad financiera u outsourcing servicios terciarizados otorgando iguales o mejores logros. El

ascenso de los call centers. (2011, octubre 3). Recuperada de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2011/10/03/el-ascenso-de-los-call-centers/>

En estas épocas se está empleando dispositivos electrónicos conectados a internet y se está prescindiendo de la mano de obra y aunque los contact center producen empleo poco a poco se irá perdiendo valor acerca del personal para dar mucho más cabida a la tecnología. El ascenso de los call centers. (2011, octubre 3). Recuperada de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2011/10/03/el-ascenso-de-los-call-centers/>

Por otro lado, están los especialistas que se encontrarán de forma permanente ya que ellos darán solución en algún ajuste de sistema y esto reduciría la mano de obra de igual forma. Reduciendo los costos e incrementando el sueldo de los especialistas

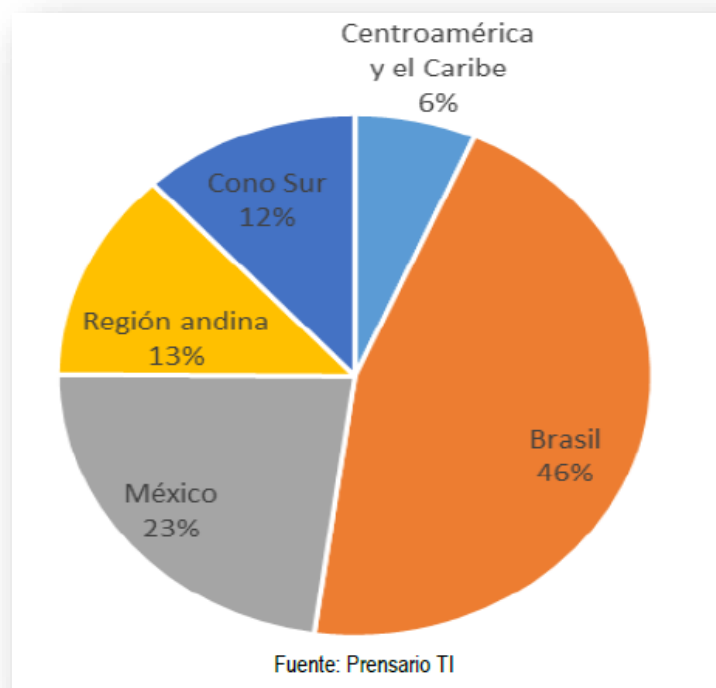
El salario de los operadores telefónicos es un salario medio, pero en cambio los especialistas son quienes se llevan una mejor remuneración de servicios.

Una nueva tendencia de los contact center son las videollamadas por medio de ellas podremos ver cara a cara al cliente explicándole los beneficios de los productos o servicios esto conlleva a un valor agregado en las nuevas tendencias de esta industria en desarrollo. El ascenso de los call centers. (2011, octubre 3). Recuperada de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2011/10/03/el-ascenso-de-los-call-centers/>

Otro punto fuerte para el contact center es el Business Intelligence en el que se le da el mango de la sartén al cliente esto quiere decir que se le facilitará el control de saber qué es lo que hace mi competencia y a través de mis fuentes convirtiéndome en un secret shopper haciéndome pasar por cliente analizando cómo se comporta la otra empresa, entonces con resultados en mano mostrarle esos datos curiosos al cliente dando información valorada y que nadie le cuenta, siendo el medio más utilizado las redes sociales en donde se pueden divulgar los buenos actos de mi cliente y poder darle una mejor imagen. El ascenso de los call centers. (2011, octubre 3). Recuperada de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2011/10/03/el-ascenso-de-los-call-centers/>

Hoy el contact center tiene transcendencia a nivel mundial. En Latinoamérica se desarrolla de una forma mucho más acelerada porque el mercado lo necesita para dar respuestas mediante los medios de comunicación posibles para facilitar un mejor servicio dando soluciones al malestar o insatisfacción, etcétera y en definitiva América Latina crecerá mucho más en este tipo de necesidad.

Comenzaremos por Brasil, la población de este país está acostumbrado a comunicarse con los call centers ya sea para esclarecer información sobre sus cuentas, para pedir información sobre su teléfono móvil, por el seguimiento de una cobranza o solo para presentarle un producto o servicio. El ascenso de los call centers. (2011, octubre 3). Recuperada de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2011/10/03/el-ascenso-de-los-call-centers/>



**Figura 1. Participación de call centers por mercados latinoamericanos. Call Centers en Centroamérica. Promperú. (2015)**

#### 1.- Mercado en América Latina

Los contact centers en América Latina se imponen principalmente en Brasil y México con un 69% del mercado.

En la región andina con Colombia y Perú, sobrepasaron a los mercados que conforman el cono sur no solo en dimensión de negocios sino también producía más trabajo para la comunidad. Teniendo un mejor costo beneficio que el resto de la competencia de países. (Promperu, 2015)

En el Conos Sur los grandes outsources crecen mucho más porque su maniobra principal es reconocer la necesidad del cliente y examinar nuevas zonas para invertir en emporios exitosos en outsourcing. (Promperu, 2015)



Verificamos entonces que Brasil congrega la mayor parte del comercio zonal, trabajando con sistemas y software en la nube a esto se le conoce como cloud computing model. (Promperu, 2015)

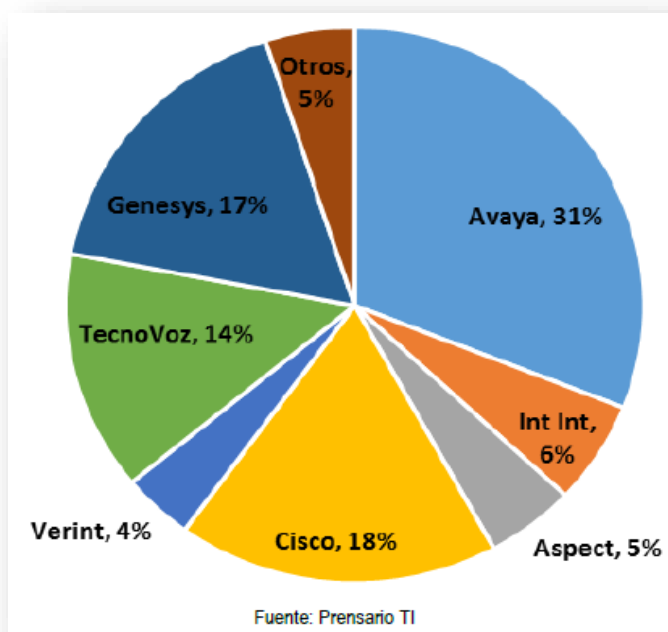
## 2. Importancia del Mercado centroamericano



**Figura 2. América Central. Call Centers en Centroamérica. Promperú. (2015)**

- En la zona se trasladó US\$ 3 020 millones en 2013 y se calcula que para el 2020 serán US\$ 5 070 millones.
- América Central y el Caribe, son los nuevos horizontes para los servicios offshore.
- 103 call center ejecutan en América Central.
- En América Central, Puerto Rico y la República Dominicana permanecen como principales puntos de nearshore para el mercado español en EEUU.
- En el 2000 comenzó el auge de esta zona en donde se consideró tierras vírgenes para las organizaciones de este giro y que hasta el día de hoy migran allí. (Promperu, 2015)

Dentro de las principales organizaciones que tienen cooperación en los mercados de América Central y del Caribe se cuentan con las siguientes:



**Figura 3. Participación de las principales empresas call centers en Centro América y el Caribe. Call Centers en Centroamérica. Promperú. (2015)**

### 3. Call Centers en Panamá

En Panamá disfrutaron de este auge de venta de servicios, incrementó un 25% según la Autoridad Nacional de los Servicios Públicos. El privilegio de este país es su ubicación geográfica que facilita la organización de las telecomunicaciones, obtención de cables subterráneos con tecnología multiplexing, permisividad de normas laborales, los tributos e impuestos a favor además de los recursos humanos. (Promperu, 2015)

El salario mensual se encuentra entre US\$500 y US\$650 dólares mensuales.

Para que las empresas extranjeras coloquen un call center en Panamá deben solicitarlo ante Autoridad de Servicios Públicos de Panamá, y recurrir al beneficio para empresas multinacionales.

El índice máximo por llamada nos dice la CSS es 4:40 con un 85% de eficiencia en resultados. (Promperu, 2015)



**Figura 4. Call center en Panamá. Tomado de Call Centers en Centroamérica. Promperú. (2015)**

#### 4. Call Centers en Guatemala

Según AGEXPORT, Guatemala se posiciona como mercado emergente de la terciarización de servicios con un 15%, los cuales generaron una venta al exterior de \$397 millones y más de 39 mil empleos directos.

Se estimaba que para el 2015 existan 57 mil puestos de trabajo en este país.

En Estados Unidos, Canadá, México y otros países de America central promueven el servicio de IT&BPO Business Process Outsourcing.). En Call Center producían un valor de exportación en el 2014 de \$ 238 millones, con una aumento del 18% con respecto al 2013. (Promperu, 2015)

Para el servicio de IT&BPO se implementó un Proyecto de inglés para el desarrollo de los colaboradores para que estos, se puedan capacitar y nivelarse en este idioma para esto el gobierno, academia de inglés, el AGEXPORT, además empresas del rubro y BPO.

Estas compañías producen servicios mercadeo, cobranza, soporte, atención al cliente, otros. (Promperu, 2015)

El salario mensual se encuentra entre \$275 y \$600.

#### 5. Call Centers en Costa Rica

Existen 28 contact centers y 18 empresas a la gestión de información y procesos de negocios a gran escala.

Mejoró de producir mil puestos de trabajo en el año 2000 para luego llegar a 46,465 al cierre de 2013. (Promperu, 2015)

De acuerdo a Punto Salarial el sueldo en costa rica es entre US\$ 600 a US\$ 900.

Entre los servicios que se brindan en este mercado están: financieros, telecomunicaciones, tecnología y consumer tecnología es el que necesita mucho más especialización, tanto en educación formal, en áreas como ingenierías en electrónica, eléctrica y computación, así como certificaciones en tecnologías. (Promperu, 2015)

#### 6. Call Centers en Honduras

Según Ministerio de la Secretaria de Trabajo y Seguridad Social gracias a lo call centers se creó 25 mil puestos de trabajo ubicándose en el tercer lugar a comparación de otros países en américa central.

En este mercado, los puestos que se relacionan a operadores de telefónicos se hallan en alrededor de 7,000 a nivel nacional. De otro modo, se proyecta que incrementen en 70%, aumentando al cierre de este año en 5 000 puestos más.

Honduras cuenta con ciudadanos bilingües, costos de operación son mínimos y eso lo ha ubicado como punto de inversión. (Promperu, 2015)

Actualmente hay 15 compañías en la localidad.

Se estima que los jóvenes entre 18 a 29 años son los que laboran dentro de un call center con un sueldo entre US\$ 350 – US\$ 650.

## 7. Tendencias de consumo

La transformación de la multicanalidad hasta llegar a la omnicanalidad, sobrepasa las expectativas del cliente ya que se basa en que si un cliente realiza compras por internet y por alguna razón desea cambiarlo por otro producto se comunique por los diversos canales de atención sea por llamada, o chats este sea atendido de la misma manera en todos los canales, consiguiendo así integridad de dichos canales. (Promperu, 2015)

En este caso el Customer relationship management corporativo brinda información desde cualquier dispositivo móvil disminuyendo tiempo, haciendo más fácil la comunicación, coordinación y minimizar costos en la atención al cliente.

Los Call Centers tienen un incremento trascendental en América Central, pero por otro lado hay poco capital humano bilingüe.

Según Frost & Sullivan, la incorporación de innovadoras tácticas y vías de comunicación siendo esta la omni-channel esto formará parte del futuro de los contact center. (Promperu, 2015)

El Informe Central en Contact Center en América Latina anual, nos explica que lo que más mueve el mercado son las soluciones que brinda Analytics para mercados emergentes teniendo un alza en los dos últimos años esperando que en los próximos 5 años continúe con este auge, esto reafirma que los softwares que dan soluciones a los contact center están dando la hora. (Promperu, 2015)

Hoy en día en el Perú los contact center están muy bien posicionados porque la población vive dentro del territorio y está muy bien preparada y su capacidad es semejante a los demás países. Y no es un secreto que puede promover servicios mucho más efectivos siendo atendidos en la brevedad posible.

Inclusive hay empresas que se establecen primero en el Perú, dándose cuenta de ello Organizaciones internacionales ven con muy buenos ojos contratar servicios de terciarización desarrollando call centers fuera de su país. El ascenso de los call centers. (2011, Octubre 3). Recuperada de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2011/10/03/el-ascenso-de-los-call-centers/>

Apecco, Es una sociedad sin fines de lucro que reúne a organizaciones que prestan servicios de centros de contacto o similares a las compañías que desean prestar el servicio a través de ellos como también a proveedores especialistas.

Esta Sociedad Peruana de Centros de Contacto suministra a los socios imagen e identificación con respecto a los grandes patrones de calidad que guardan y garantizan. Ofrecen consultoría, información y la probabilidad de obtener unión corporativa. (Apecco, s.f.)

Sus objetivos principales son:

- Representar a los centros de contacto a nivel nacional e internacional, a las autoridades, instituciones, proveedores; conservando la buena reputación y conservando su ejecución dentro de la industria de contact centers.
- Convertir al Perú en una marca exitosa el cual pueda exportar sus servicios de contact center con gran calidad.
- Promocionar la potencialidad de contact centers ya que hay mucho capital humano.

- Veamos algunas empresas dentro de la asociación que desean expandir su mercado tanto a nivel nacional como internacional.  
(Apecco, s.f.)



**Figura 5. Miembros de la Asociación Peruana de Centros de Contacto. Tomado de Apecco. (2014)**



**Figura 6. Miembros de la Asociación Peruana de Centros de Contacto. Tomado de Apecco. (2014)**

Por la CNN News “En este trimestre de años, el Perú fue uno de los países de gran incremento en la región, con un 11% en 2016 y 9% en 2017, cuyas ventas estaría rebasando los 500 millones de dólares”. Nos dice Juan Manuel González.

[...] Por Normand Barahona: “Haciendo un breve análisis del 2017 se tornó un tanto complicado por el reciente fenómeno del niño provocando duda en los primeros seis meses. Atento sabe afianzar la cercanía con los nuevos clientes y organizar nuestras facultades para el año siguiente, el cual tenemos expectativas muy altas que todo marche de la mejor manera.”

La meta para el 2018 es focalizar nuestros servicios digitales en los actuales mercados para promoverles orientación en este mundo digitalizado aprovechando los multicanales dándole un valor añadido y una nueva experiencia. [...]...[...]

Es entonces que el 2018 se vislumbra como un año lleno de oportunidades y entusiasmo para nosotros como empresa y sector en general convirtiendo sueños en realidad [...]

[...]Sobre Apecco Es fundamental porque resuelve las dudas, genera dinamismo y difunde la competencia sana y pareja entre todas las empresas ofreciendo oportunidades para dar la talla al cliente y al mercado.

Para María José Salas Samamé Es rescatable que el agente peruano tenga un acento neutro eso llama la atención de las empresas extranjeras.

Otro punto a favor es la distribución de las telecomunicaciones además del equilibrio económico el cual no facilita que en algún momento lleguemos



a tener mayor intervención en el mercado. Tocando otro punto fundamental es la especialización de servicios que brinda enlace en su compañía colocándolos como competencia fija y además recomienda seguir este consejo a su competencia directa. Basile et al (2017)

Ofrecer un software que facilite la información y coordinación en la organización para cumplir con sus estimaciones de ventas o estabilidad de ingresos es imprescindible generándole valor a nuestro cliente.

Para Enlace de igual forma Apecco es un apoyo ya que los pone al día en temas referentes a la industria, tecnología, comportamiento del mercado, compartir con los socios, las tendencias y la interacción entre todo el conjunto.

Raúl Luyo nos dice el 2017 Cuenta que el sistema de evolución puso en funcionamiento de procedimientos novedosos, impulsando centro de engagement para una marca líder mundial y en el 2018 lo implementará en un segundo país.

Luyo también afirma que esta nueva transformación sumo a impulsar a Fortel Analytics herramienta que mide el alza de sus clientes también esta Fortel Innovation Lab que fue elaborado para incrementar el (Net Promote Score) NPS del usuario. Siendo este el comienzo para el siguiente en donde Fortel seguirá creando soluciones innovadoras para los clientes.

En cuanto a operaciones fuera del país natal (offshore) éstas fueron el doble gracias al arduo trabajo conjunto dentro de la empresa, siendo el

producto estrella Fortel Total Sales evolucionando un CRM de Ventas solo para ese segmento.

Ahondando un poco más en el tema comenta que su servicio de atención al cliente de forma presencial fue adaptado a un modelo de servicio de experiencia al cliente en una tienda, esto fue implementado por parte de Fortel y un cliente para darle calidad al servicio. Basile et al (2017)

A pesar de saber que el 2018 será un año lleno de cambios Fortel ya se viene preparando para los retos y adaptarse a los requerimientos de los nuevos clientes.

Opina al respecto sobre Apecco es pieza clave para la industria de contact center contribuyendo de forma conjunta para brindar las facilidades a todos sus asociados y camina de lado con innovación.

En el caso de César López aseguran que “La digitalización de los servicios y la transformación de los modelos de calidad han sido dos elementos fundamentales de este periodo”. (Basile, 2017)

Sumado que en el 2018 agregarán nuevos servicios como modelos en la gestión de la relación de clientes, incorporando procesos de Robotic Process Automation, IA (inteligencia artificial) y big data (customer intelligence) Todo con el solo fin de adaptarse a los nuevos cambios que este mundo globalizado propuso. Y por último el e commerce o comercio electrónico; que facilita la compra de productos y servicios a cualquier usuario desde donde se encuentren, también el bien conocido retail. (Basile, 2017)

Apecco es para GSS un nexo entre las organizaciones potenciales representándolos además no solo ello, sino que también facilitándoles la información de lo que necesita la nueva economía global.

Según José Nuñez Nos cuenta que a pesar de que el año 2017 fue un año duro, lleno de adversidad supieron salir adelante con ingresos positivos, al final de ese periodo, se adecuará de forma eficaz y veloz nuevas tácticas tecnológicas para continuar con esta evolución en nuestra industria con esta mira siguen en pie que el 2018 transformarán su software y hardware como adelantos en el área de IT y Gestión Humana renovándolo para estar a la vanguardia de los cambios bruscos en este nuevo mundo tecnológico. Basile et al (2017)

Comenta a la vez que internacionalizara los servicios en España con realce en la telecobranza encargándose de los desafíos a futuro.

A la vez acota que APECCO es un socio estratégico porque conduce con éxito el compromiso de promover grandes y buenas prácticas con el fin de hacer crecer la industria de contact center. Además, que difundir talleres de conocimiento para las empresas asociadas, sino que también realiza actividades para integrar a toda la sociedad un ejemplo de ello es el Premio Contacto a la Excelencia.

Marcos Rosales Cerpa- Olva Contact Center nos dice “Olva Courier logro el 2017 satisfacer las necesidades de su mercado centrándose en el cliente, es por ello que cumplieron sus metas tanto en ingresos como operativas siendo un trabajando conjunto con los colaboradores.

Agrega que la competencia es muy alta por lo que asegura estar preparados para estar al mismo nivel que su competencia, innovando y realizando una constante mejora.

Para este año 2018 se orientará al sector financiero y de servicios. Penetrando en el mercado nacional e internacional ya que cumplen con los estándares es que ampliarán sus miras hacia otros mercados como el extranjero, como

también estar atentos al segmento tecnológico e incursionar en él ya que está en rápido crecimiento.

Para olva Courier Apecco ha llegado a unir a las empresas dedicadas a contact center a pesar de tener poco tiempo de formación ha sido de gran ayuda e incluye las iniciativas como la “Ley de protección de datos personales y lograr la doble tributación” no solo beneficios para ellos sino para los clientes también. Basile et al (2017)

Estos son los breves testimonios de cada uno de los representantes de las empresas que forman parte del gremio de la Asociación Peruana de Centros de Contacto APECCO, como hemos leído cada testimonio muestra mucho agradecimiento y a la vez felicidad que exista esta asociación ya que ha sido de gran aporte a todos los socios para tener el crecimiento que hoy estas empresas gozan, desde ampliar los conocimientos acerca de esta nueva industria hasta llegar a unir distintas sociedades civiles con el solo fin de progresar ,mejorar y a través de ello darse a conocer en el mercado nacional e internacional, sobre todo hacer sentir cómodo y contento a un cliente que buscar soluciones óptimas y eficaces para su organización no solo por la transformación digital que este mundo global lo solicita sino también que tengan clara su función dentro del sector brindando el servicio más correcto y si es posible sobrepasar las expectativas con estos últimos avances tecnológicos es decir la telecomunicaciones nos llevan a indeterminados caminos donde vemos una gama de empresas que están dispuestas a cumplir con el más mínimo detalle en la necesidad del cliente, Apecco reconociendo esto desea que todos salgan beneficiados por eso trabaja en forma conjunta, para incrementar los sectores de penetración en la industria. (Basile, 2017)

El compromiso, prestigio y el conocimiento de Apecco hará que en los próximos años podamos ser atractivos para que nuestros servicios se exporten al exterior con los mejores costos, tecnología y capital humano además con la misma garantía que los demás países latinoamericanos.

En la ciudad de Lima en el distrito de Breña, se encuentra la empresa GHI consultores empresariales SAC, siendo esta es la razón social de la empresa y como nombre comercial es Gestión humana Innovadora, inicia sus operaciones en el 2015 hasta la actualidad; con 5 jóvenes socios que decidieron poner su propia empresa y que hoy atienden a potenciales clientes como lo es America tell Sac razón social de uno de los operadores telefónicos más grandes en Perú y América latina nos referimos a la operadora Claro, la empresa GHI Consultores Sac se encargan de capacitar a jóvenes talentos que desean ser parte del equipo de ventas del contact center de Claro los invitan a conocer más sobre las ventas y el telemarketing o también llamado telemercadeo que son las herramientas que se utilizan hoy en día para vender, ofrecer un servicio y hasta brindar soluciones por medio de varios canales de atención como lo son las redes sociales y la usual llamada por un teléfono o un celular móvil; ellos realizan las actividades diarias de renovación de móviles, planes; es decir ofrecen mejores precios de nuevos equipos con planes de acuerdo a la necesidad de cada cliente. Por otro lado se encuentra la portabilidad que significa cambiar de operador móvil para ser parte de Claro teniendo un nuevo chip con diversos planes en dónde tienen llamadas ilimitadas, mensajería, redes sociales, apps de entretenimiento gratuitas, llamadas al extranjero; además de acumulación de millas en convenio con la aerolínea LATAM por el monto de cada compra realizada se canjea con claro puntos en ambas actividades sea renovación o portabilidad se obtienen estos beneficios, es así a lo que está pequeña organización se dedica a pesar de que es pequeña va posicionándose poco a poco en el mercado de los contact center y cada vez más esta nueva industria tecnológica va creciendo en América latina teniendo como primer lugar a Colombia pero Perú no se queda atrás ya que se posiciona dentro de los cinco mejores puestos dentro de la industria y se dice que es una de las industrias del futuro el cual dará muchos puestos de trabajo a miles de jóvenes y personas interesadas en el rubro brindando soluciones rápidas y sencillas. Basile et al (2017)

## **MISIÓN**

Somos una empresa de ventas en portabilidad y renovación de equipos celulares de nuestro cliente potencial Claro, ofrecemos a nuestros clientes las mejores soluciones dentro de la industria de los contact centers apoyando en el sector empresarial en la ciudad Lima en el distrito de Breña sobre la importancia e implementación de la estrategia de la responsabilidad social logrando así óptimos resultados incluyendo la perspectiva económica, cultural-social , tecnológica y medioambiental a nivel nacional.

## **VISIÓN**

Ser una organización líder de alto conocimiento que ofrezca soluciones innovadoras y eficientes, a su vez ser reconocida como la primera empresa de tercerización de servicios en la industria contact centers (outsourcing) altamente efectivos y acorde a las características, necesidades y demanda de nuestros clientes a nivel nacional.

## **VALORES**

- Comunicación
- Compromiso
- Creatividad
- Compañerismo
- Honestidad
- Lealtad



*Figura 7. Proveedor y Cliente Principal de GHI Consultores Empresariales SAC. Tomado de. Empresa América Móvil Perú SAC. Claro. 2018)*

## PRINCIPALES COMPETIDORES



*Figura 8. Teleatento del Perú SAC. Tomado de la Pagina Web de Teleatento del Perú SAC*



*Figura 9. Konecta Bto S.L. Tomado de la Pagina Web de Konecta Bto S.L*



*Figura 10. Servicio integral Perú Sociedad Anónima Cerrada Serproin Perú SAC. Tomado de la Pagina Web de. Servicio integral Perú Sociedad Anónima Cerrada Serproin Perú SAC*





*Figura 11. Servicios de Call Center del Perú S.A.  
Tomado de la Página Web de Servicios de Call  
Center del Perú S.A.*

## DIAGNOSTICO

Después haber observado la situación actual de la empresa GHI SAC y haciendo la evaluación previa podemos llegar a la conclusión que la empresa no cuenta con el líder para ser administrada de la forma correcta, es decir cuenta con los medios como infraestructura, material para laborar, personal y los diversos canales de atención sobre todo los más, pero la empresa esta siendo guía de forma eficaz ni eficiente, lamentablemente el administrador carece de los conocimientos necesarios para dirigir esta empresa la cual debe adaptarse a las distintas tendencias que hoy los contact center deben obtener pero no lo sabe es por ello que los procesos y demás no son realizados en el momento ni el tiempo oportuno, eso es grave porque por una mala administración las ventas pueden disminuir y la organización quebrar.

Es por ello que concluyo que el Liderazgo transformacional que es una herramienta fundamental y un don que una persona que está al frente de una empresa debe saber cómo saber previo porque de ello dependerá el futuro de la empresa, es así que teniendo las distintas características o preparación del líder este tendrá las facultades para gestionar de manera eficiente su empresa no solo con las áreas en general sino también con el recurso humano que es con el cual se trabaja directamente con el cliente, el cual debe estar motivado por este, dándole las pautas precisas para obtener los resultados tanto en ingresos como en operatividad siendo el mayor logro satisfacer al cliente sea nacional o extranjero.

Pero en este caso los procesos se alargan y no llegan en el momento adecuado, no se logra un buen proceso, sino que se desvía esto es por la falta de estrategias, de un plan estratégico, de la planificación, organización, control y dirección es decir todos los pilares de la administración es allí donde encontramos el problema de GHI Consultores Empresariales SAC.



Figura 12. **Matriz Foda. Elaboración Propia**

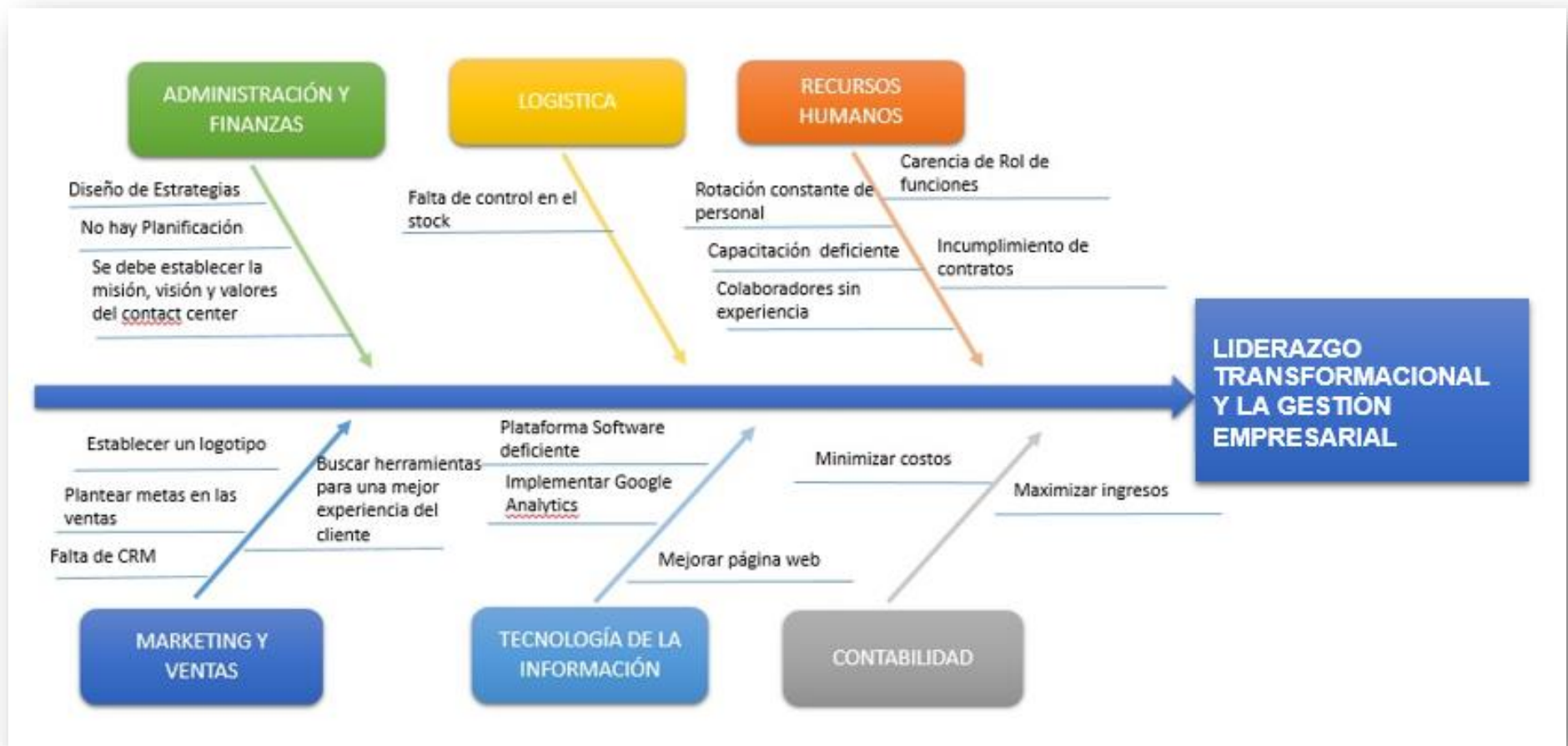


Figura 13. *Diagrama de Ishikawa. Elaboración Propia*

Cuadro 1. *Pronóstico y Control Pronóstico*

PRONÓSTICO	CONTROL DEL PRONÓSTICO
<b>Rotación constante de personal</b>	Se debe contar con el personal permanente, especializado y sobre todo con el número necesario de operadores telefónicos para poder brindar un buen servicio y diferenciarse de la competencia.
<b>Capacitación deficiente</b>	El dialogo que establecen los operadores con los clientes es variado, además de ello no hay una secuencia seguida ni una estrategia que puedan emplear para llamar la atención del mercado meta.
<b>Colaboradores sin experiencia</b>	Es imprescindible que los colaboradores tengan la experiencia necesaria no solo para vender los productos o el servicio dado, sino para darle satisfacción al cliente que puede confiar y fidelizarse.
<b>Carencia de Rol de funciones</b>	El desconocimiento de funciones se torna complicado durante el trabajo realizado es por ello que debe establecerse de manera inmediata la funciones en donde los colaboradores tengan claro que papel desempeñan dentro de la empresa.

<p><b>Incumplimiento de contratos</b></p>	<p>Los ajustes en el personal es beneficioso para mejoraría de la empresa pero debe luego de ello debe haber una estabilidad y cumplimiento de contratos, no solo por la estabilidad del trabajador sino de la empresa ya que un trabajador es muy importante como capital humano dentro de la misma.</p>
<p><b>Falta de control en el stock</b></p>	<p>No se cuenta con demasiados productos pero justamente por ello deben desarrollar un orden en donde se establezcan inventarios o establecer una herramienta de orden como el KAIZEN que nos brinda lo esencial para mantener el orden dentro de la empresa.</p>
<p><b>Falta de diseño de las estrategias</b></p>	<p>Sabemos que las estrategias son pilares para toda organización ya que parte de las decisiones que el equipo responsable tome para alcanzar las metas propuesta y así superarlas, es por ello que es imprescindible que elaboren estrategias, tomando en cuenta primero las debilidades y luego como mejoraría una lluvia de ideas, para luego plantear estrategia de solución y crecimiento.</p>
<p><b>Carecen de planificación</b></p>	<p>La planificación es otro punto importante dentro de la empresa ya que desde el momento en que se planifique y se verifique cada paso que de esta, la empresa contará con un orden por ende podrá desenvolverse dentro lo ya planeado, no habrá retrasos ni desconocimiento de los roles ni las labores que se realizarán llegando así al resultado final.</p>

<p><b>Deben establecer la misión, la visión y los valores de acuerdo al Contac center</b></p>	<p>La empresa GHI Consultores Empresariales SAC cuenta con una misión, visión y valores pero es con motivo de la actividad que antiguamente se realizaba que era reclutamiento y selección de personal, pero con su nueva actividad debe centrarse en ello y plantear nueva misión, visión y valores para tener un rumbo que tomar y porque actualmente un colaborador desde la cabeza de la empresa hasta el final, llevan su identificación ya que gracias a estos propósitos la organización caminará de la mano.</p>
<p><b>Maximizar ingresos</b></p>	<p>El contador es el encargado de brindar algunas pautas y consejos para que este hecho suceda.</p>
<p><b>Minimizar costos</b></p>	<p>Recomendaciones en gastos que no son fundados y así optimizar gastos en vano.</p>
<p><b>Plataforma de software deficiente</b></p>	<p>La plataforma brindada por el cliente debe mejorar para el mejor desenvolvimiento del colaborador y de la productividad, invertir en por parte de America Movil sac en una mejor plataforma más rápida dinámica e interactiva.</p>
<p><b>Mejorar la página web</b></p>	<p>La página web de la empresa esta inhabilitada pero saben que sin ella no podrán atraer más clientes es por ello que a la brevedad posible y por la globalización constante deben habilitarla, ampliando su mercado, para darse a conocer y que los demás reconozcan que pueden brindar un buen servicio a bajo costo.</p>

<p><b>Implementar Google Analytics</b></p>	<p>Este software ayuda muchísimo a las empresas a controlar cuantas personas visitan su página web, con qué frecuencia fue usada y otros datos curiosos, es ahí donde también podemos obtener información si el marketing que utilizan está haciendo efecto y se verá reflejado en las visitas. Es por ello que al habilitar su página web deben activar este software que es gratuito y está al alcance de todos.</p>
<p><b>Establecer un Logotipo (Marca)</b></p>	<p>Como sabemos otro medio para promocionarse es tener un logotipo propio, donde los vean y se sientan identificados y resalte la necesidad de contratar sus servicios, ayuda a ser reconocido fácilmente por el público, mantiene una imagen para la empresa, penetra la mente de los clientes, será mucho más eficaz que un nombre o razón social que la empresa utilice.</p>
<p><b>Plantear metas en las ventas</b></p>	<p>Ayuda a tener claro a donde se quiere llegar y con qué resultados, además de saber si es posible llegar a la meta planteada.</p>
<p><b>Falta del software CRM</b></p>	<p>Este software ayuda a enfocarse en el cliente en su necesidad, en darle lo que realmente necesita, es por eso que debe ser implementado como recurso principal.</p>
<p><b>Buscar herramientas para mejorar la satisfacción del cliente</b></p>	<p>Las tendencias de hoy en día y el cliente que cada vez más está mucho más informado lo requieren, para todo ello en internet hay diferentes herramientas y formas de llegar a él, es</p>



	recomendable que se navegue por la web y se irá descubriendo nuevas tendencias para los contact centers
--	---

*Fuente: Elaboración Propia*

### Fundamento teórico

Tamayo (2002), citando a Van Dalen, recomienda conservar los siguientes elementos al instante de presentar un problema de investigación:

- 1.- Reunir los hechos en relación con el problema (que está pasando)
- 2.- Determinar la importancia de los hechos
- 3.- Identificar las posibles relaciones entre los hechos que pueden indicar la causa de la dificultad.
- 4.- Proponer explicaciones para conocer la causa de la dificultad y determinar su importancia en el problema.
- 5.- Encontrar, entre las explicaciones, aquellas relaciones que permitan adquirir una visión amplia de la solución del problema.
- 6.- Hallar las relaciones entre los hechos y las explicaciones.
- 7.- Analizar los supuestos en los que se apoyan los elementos identificados.

## LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL

### Definición del Liderazgo Transformacional

El liderazgo transformacional se da a entender como el liderazgo que origina una transformación indiscutible y beneficiosa para los colaboradores. Un guía transformacional se focaliza en “Convertir” a las personas cooperando recíprocamente, a considerar a las demás personas, a animarlos, a fin de contemplar la empresa de afuera. En esta disposición, el Líder incrementa el estímulo, la ética y la productividad de su equipo de colaboradores. (Castro J., 2015)

## GESTIÓN EMPRESARIAL

### Definición de gestión empresarial

Es el ejercicio que toda empresa realiza a través de los recursos humanos para dar un mejor rendimiento, compromiso con los clientes, calidad de producto y/o servicio y sobre todo aumentar la capacidad de competencia con las demás empresas. Dentro del término gestión, este busca ejecutar las tareas de forma eficaz y eficiente reconociendo las estrategias para llevar a cabo dichas actividades con el propósito de generar utilidades y llegar al éxito. León, C. y otros:(2007) Gestión empresarial para agronegocios, Edición electrónica gratuita.

## **1.2 Formulación del Problema**

### ***1.2.1 Problema Principal***

¿De qué manera el Liderazgo Transformacional influye en la Gestión Empresarial en la empresa GHI Consultores Empresariales SAC en el área de ventas en la ciudad de Lima en el periodo 2017-2018?

### ***1.2.2 Problemas Secundarios***

- ¿De qué manera la Consideración Individualizada repercute en la Planeación de la empresa GHI Consultores Empresariales SAC en el área de ventas en la ciudad de Lima en el periodo 2017-2018?
  
- ¿Cómo incide la Estimulación Intelectual en la organización de la empresa GHI Consultores Empresariales SAC en el área de ventas en la ciudad de Lima en el periodo 2017-2018?
  
- ¿En qué medida la Motivación Inspiracional incide en la dirección de la empresa GHI Consultores Empresariales SAC en el área de ventas en la ciudad de Lima en el periodo 2017-2018?
  
- ¿De qué modo la Influencia Idealizada se relaciona con el control de la empresa GHI Consultores Empresariales SAC en el área de ventas en la ciudad de Lima en el periodo 2017-2018?

## **1.3 Objetivos de la Investigación**

### **1.3.1 Objetivo General**

Determinar si el Liderazgo Transformacional se relaciona con la Gestión Empresarial en la Empresa GHI Consultores Empresariales SAC en el área de ventas en la ciudad de Lima en el periodo 2017-2018.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- ✚ Analizar de qué manera la consideración individualizada repercute en la planificación de la empresa GHI Consultores Empresariales SAC en el área de ventas en la ciudad de Lima en el periodo 2017-2018.
  
- ✚ Estudiar la incidencia de la estimulación intelectual en la organización de la empresa GHI Consultores Empresariales SAC en el área de ventas en la ciudad de Lima en el periodo 2017-2018.
  
- ✚ Identificar en qué medida la motivación inspiracional incide en la dirección de la empresa GHI Consultores Empresariales SAC en el área de ventas en la ciudad de Lima en el periodo 2017-2018.

- ✚ Explicar de qué modo la influencia idealizada se relaciona con el control de la empresa GHI Consultores Empresariales SAC en el área de ventas en la ciudad de Lima en el periodo 2017-2018.

## 1.4 Justificación Del Estudio

### a) Justificación teórica

Esta investigación tiene como finalidad contribuir con información valiosa y cuantitativa a la empresa GHI Consultores Empresariales SAC para dar solución al problema planteado, el Liderazgo transformacional que está ligado a la gestión empresarial de la organización tomando en cuenta que el líder no ejecuta las gestiones necesarias para desempeñar los distintos roles y funciones dentro la empresa , no cuenta con unidad de mando y por ende no se está teniendo una administración correcta donde se aprovechen de forma eficiente y eficaz los recursos.

### b) Justificación Social

Por otro lado se necesita ser competitivo en la industria de contact center al comprobarse que está en pleno crecimiento y auge en Perú, lo que se desea en esta investigación es que esta empresa brinde la garantía incluyendo calidad de servicio a la par de las demás empresas que se encuentran dentro del gremio de APECCO, queremos que esta organización forme parte de esta asociación en donde pueda encontrar nuevos conocimientos, retos no solo para beneficio de la empresa sino para brindarle lo mejor a su cliente con el desarrollo de nuevas habilidades de forma simultánea con los demás asociados, es aquí donde se puede integrar todos los factores dentro y fuera de la empresa, para que así los colaboradores de GHI estén comprometidos no solo por generar ventas sino también porque sabrán que su esfuerzo es reconocido a través de

distintas actividades, premiaciones y reconocimientos pero para ello el gerente o administrador debe tomar conciencia de su gestión, que necesita las competencias, habilidades que se requieren para el puesto.

#### c) Justificación Práctica

Integrándose de manera definitiva dentro de la asociación obtiene muchos beneficios incluyendo obtener nuevos aprendizajes pero también lo que buscamos en este estudio es que si el liderazgo transformacional influye directamente en la gestión empresarial, les brindemos propuestas enriquecedoras en conocimiento del campo de trabajo teórico y práctico además siendo de la carrera de Administración y Negocios internacionales y habiendo investigado el entorno de los contact centers a nivel Latinoamérica y en Perú; teniendo en cuenta sobre todo que para formar un negocio se debe realizar una investigación previa para conocer el mercado objetivo (Target), como egresado puedo brindar charlas y orientaciones directamente con el administrador aconsejándole sobre las nuevas tendencias dentro del mercado haciendo mucho más productivo su negocio y por mi parte colaborando dentro de la industria.

#### d) Justificación Metodológica

Por último mediante nuestro instrumento de investigación, teniendo ya la validación de expertos pretendemos brindar una estrategia directa a dicha empresa la cual se favorecerá totalmente, con la practica directa y positiva del liderazgo transformacional porque no solo mejorará la productividad y la buena comunicación con los colaboradores, sino que también el nivel de ventas con la gestión empresarial que se lleva a cabo mejorará y crecerá debido a la mejor comprensión a los clientes, entendiendo su necesidad, cubriéndola, ya que se realizará un trabajo en equipo con el líder a la cabeza dándole así la calidad que se merece; entonces todos ganan; por otra parte ayuda a desarrollar está nueva industria tecnológica también finalmente podemos decir que este

instrumento servirá de guía para otras investigaciones dentro de la industria de Contact Centers.

### **1.5 Limitaciones de la Investigación**

La empresa está dentro de un rubro muy demandante de personal y dentro de todo está la característica principal de este trabajo que es la alta rotación de personal generalmente en jóvenes que son en su mayoría los que trabajan en estas empresas, jóvenes que están estudiando una carrera profesional y trabajan medio tiempo o tiempo completo dentro de este tipo de industria ya que cuenta con horarios flexibles, en cambio el Personal con cargos medios altos como coordinadores de equipo, contador, el administrador y el gerente, son los que están permanentemente pero ello no quiere decir que no haya personal perenne, en realidad es que 9 trabajadores de 20 que se encuentran al mes son permanentes ya que esto depende de que lleguen a la meta; la productividad, la calidad y la atención que brinden a los clientes y es de ellos que se obtiene información, claro que no es una transnacional pero si se puede obtener datos verídicos de la realidad de dicha empresa.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Antecedentes de la Investigación**

LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL Y GERENCIA HUMANISTA

LEIDY MARCELA ROSERO SUÁREZ

MARÍA CAMILA VALCÁRCEL AMAYA

2012

UNIVERSIDAD EAN-BOGOTÁ, COLOMBIA

Las autoras de esta investigación quisieron reunir estas dos variables para recordar que están compenetradas en la labor diaria de una organización, porque no solo es el líder el que encabeza una empresa sino también los colaboradores que gracias a ellos se realiza el esfuerzo de sacar adelante día a día la compañía en este caso en el sector financiero se desea implantar estas competencias, mejorando el servicio y atención para la comunidad en Bogotá.



**✚ RELACIÓN ENTRE EL LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL DE  
LOS DIRECTORES Y LA MOTIVACIÓN HACIA EL TRABAJO Y  
EL DESEMPEÑO DE DOCENTES DE UNA UNIVERSIDAD  
PRIVADA**

CLAUDIA CONSTANZA JIMÉNEZ CARRANZA

2014

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA-BOGOTÁ, COLOMBIA

En este caso se orienta a investigar a una facultad específica de una Universidad Privada en Colombia con el fin de determinar si tienen relación el liderazgo transformacional, la motivación y el desempeño laboral de los profesores que laboran dentro de la universidad dentro de los programas que la misma brinda.

Vemos que se quiere mejorar o reconocer qué relación hay o si no la hay, determinar para que se pueda realizar de manera correcta su trabajo en orden, con orientación a la educación con los alumnos y que el profesor pueda amar lo que hace mediante su buena enseñanza y esto dará resultados sin grandes sin medidas, hasta llegar a formar a profesionales que destaquen en su vida laboral todo esto produce una buena motivación, un liderazgo y de la mano el desempeño que le pongan los profesores en la educación superior de los alumnos de la Universidad Católica de Colombia.

**✚ EL LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL EN LOS DOCENTES DE UN COLEGIO DE GESTIÓN COOPERATIVA DE LA CIUDAD DE LIMA**

PATRICIA MEDINA ZUTA

2010

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL PERÚ, Lima-Perú

En el análisis de la tesis de la autora Medina podemos observar que ella estudia el liderazgo transformacional en los docentes tal vez anteriormente como ella nos comenta esto se enfocaría en los directores de los colegios pero en esta ocasión ella lo hace hacia los docentes dando a entender que ellos también deben formarse para ser próximos líderes que motiven a sus alumnos y alcanzar el puesto de Directores en un futuro y no solo lo decimos por la educación de niños y adolescentes sino por tener un gestión de calidad donde las actividades ser realicen con total ética y moral.

**✚ EL LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL EN DIRECTORES DE TRES LICEOS BICENTENARIO Y TRES LICEOS REGULARES DE LA REGION METROPOLITANA**

ARMANDO ROJAS JARA

2012

UNIVERSIDAD DE CHILE, Santiago de Chile, Chile

En la presente investigación realizada por el tesista Rojas percibimos que él desea saber describir de liderazgo transformacional en el director de 3 liceos bicentenario y 3 liceos regulares eso es en primera instancia y en segundo está saber las diferencias de la percepción de las dimensiones del Liderazgo Transformacional para ello realizo las pruebas pertinentes en donde se revela que hay un alto nivel de liderazgo en los liceos del bicentenario y es por allí seguramente los docentes incluyendo al director se encuentran mucho más motivados y comprometidos con la labor que realizan en el liceo principalmente de educar y formar buenos jóvenes para que contribuyan a la sociedad por otro lado en los liceos regulares falta un poco más poner empeño en ello y trabajarlo.

En su segundo objetivo si hay diferencias 3 de 5 dimensiones son las aprobadas y es que por lo que percibo en los liceos bicentenarios haya más programas, más talleres de liderazgo tanto para los docentes como para los alumnos y esto tal vez no se está ejecutando en los liceos regulares es por ello que debería haber igualdad para que la otra comunidad educativa pueda gozar de los mismos beneficios.

### **LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL DEL DIRECTOR Y SU RELACION CON EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL DISTRITO DE LOS OLIVOS**

LUZ EMÉRITA CERVERA CAJO

2012

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS, Lima-Perú

En el estudio del liderazgo transformacional en las instituciones educativas en la zona norte de lima se comprueba que el liderazgo tiene relación con el clima laboral en el que se encuentran y pues que estas instituciones tan laboralmente motivadas para trabajar y dar una mejor educación a los alumnos, de esta forma lo comprobó la investigadora Cervera.

**✚ LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN LABORAL**

GISSELLE LILIANA CHACÓN LUNA

2016

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ, Lima-Perú

El investigador Chacón en su estudio de ver cómo se relaciona el liderazgo transformacional en una empresa de Courier y logística con la satisfacción laboral llegó a la conclusión que mientras mucha más percepción de liderazgo en sus jefes inmediatos mucho más será la satisfacción de los colaboradores y es que entra a tallar la motivación, de cómo dirigirse a ellos para que cumplan con las metas, aparte de ello generar mayor productividad dentro de la empresa.

**✚ EL LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL Y LAS COMPETENCIAS DEL DIRECTOR MÉDICO EN LOS HOSPITALES DE NIVEL I-II DE LA RED ASISTENCIAL ALBERTO SABOGAL SOLOGUREN DEL CALLAO (ESSALUD) PERÚ**

ROCÍO ANGÉLICA LAVADO LEDESMA

MARY CARMEN VARGAS LAZARTE

2017

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS, Lima-Perú

A continuación en el estudio realizado por Lavado Ledesma y Vargas Lazarte nos explican un poco cuales son las diferencias entre el liderazgo transaccional y el liderazgo transformacional por ende comprobar si en los hospitales donde se realiza el estudio los directores puedan tener esta unidad de mando para batallar con los desafíos que se les presenta con los colaboradores y los pacientes, hay un agregado que hay que resaltar y es que podemos decir que el liderazgo transformacional junto con las competencias que se observen en los directores de estas instituciones de salud resaltando que el liderazgo transformacional no solo está presente en instituciones educativas o empresas de comercio sino también en el sector salud ya que a todos los sectores esta nueva visión contribuye a una mejor gestión para la ciudadanía.

## **EL LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL COMO AGENTE MOTIVADOR EN UN ESTABLECIMIENTO MUNICIPAL**

XIMENA GEORGETTE VILLALÓN CAMUS

2014

UNIVERSIDAD DE CHILE, Santiago de Chile-Chile

En la presente tesis nos dice que se realizó en una institución educativa municipal de la comunidad de condes donde se estudió que aportes brindaba el liderazgo en la educación actual, resolviendo que un proyecto e impartiendo el liderazgo entre los directivos-docentes de dicha institución ayudará a mejorar el desempeño dentro de este colegio.

## **✚ LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL Y GÉNERO EN ORGANIZACIONES MILITARES**

CLAUDIA MARIA MOREIRA MARTINS

2010

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID, Madrid-España

Podemos comprender en el siguiente resumen presentado por Moreira que en la vida militar también está presente el liderazgo dentro de esto e observa que por un lado se encuentra el liderazgo transformacional vs. El liderazgo transaccional viendo los resultados de las pruebas aplicadas entre los subordinados tanto hombres como mujeres y jefes de la misma forma se observa que el liderazgo transformacional es el que más avala al líder dentro las fuerzas militares y otro papel importante es que las mujeres dentro de estas unidades prefieren y comentan que como mejor se caracterizan sus superiores es con este tipo de liderazgo, ahora comprobamos una vez más que el liderazgo está presente en todos los campos.

## **✚ DEL LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL AL LIDERAZGO PROSOCIAL: EVIDENCIAS OBTENIDAS EN LA DIRECCION DE ORGANIZACIONES SANITARIAS CATALANAS**

ANA ESTHER BEDOYA RODRIGUEZ

2015

UNIVERSITAT AUTONOMA DE BARCELONA, Barcelona-España

En los consorcios hospitalarios de Cataluña no existe tal liderazgo para una mejor gestión es por ello que bedoya nos dice que para impartir el Liderazgo Prosocial se debe tener una base que es el Liderazgo transformacional ya que

el modelo de gestión que se utiliza en estos consorcios hospitalarios no son los correctos, además coincidimos en que para cualquier organización sea o no con fines de lucro para que tenga éxito debe contar con liderazgo. Gracias al liderazgo podremos entender que es trabajar para los demás sin pensar en nuestra propia conveniencia esto es lo que nos quiere dar a entender esta investigación ya que la salud de la ciudad depende de ello también los servicios que otras organizaciones brinden.

**✚ LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL E  
INTRAEMPREDEDURISMO UNA RELACION MEDIADA POR LA  
CULTURA ORGANIZACIONAL**

BERMAN SILES ORTEGA

2015

UNIVERSITAT DE VALENCIA, Valencia-España

En este caso de investigación vemos dos variables una ya conocida que es el Liderazgo Transformacional por otro lado la otra es el Intraemprededurismo, Siles nos cuenta que el intraemprededurismo es un nuevo concepto que está entrando en las organizaciones y trata, de la capacidad de creación de nuevas ideas dentro de la organización es por eso que las organizaciones están en constante cambio, conscientes de ello las organizaciones tienen que adaptarse al cambio pero sobre todo reconocer el talento interno de cada uno de sus colaboradores pero en ocasiones sucede que estos no son valorados ya que sus ideas son omitidas por los mismos directivos, es por ello que el liderazgo transformacional está presente porque será una variable que juega un rol importante para que los líderes de las organizaciones amplíen sus horizontes reconociendo talento dentro de sus propias empresas a la vez la cultura organizacional también juega un papel importante todo esto con el fin de que haya mucha más diversidad y ajuste en las necesidades de los cliente.

**✚ LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL: ESTUDIOS EMPIRICOS  
DESDE UNA PERSPECTIVA DE GRUPOS Y DE MULTINIVEL**

VALERIA CRUZ-ORTIZ

2017

UNIVERSITAT JAUME I, Castellón-España

En esta investigación se quiere reconocer cual es la relación que hay entre el liderazgo transformacional y el bienestar psicosocial, en este caso Cruz Ortiz nos indica cómo es que el liderazgo podría intervenir en el bienestar del individuo o los equipos de trabajo dentro de la empresa y como está brinda beneficios no solo para el buen rendimiento y productividad de los empleados sino también para la salud de cada uno de ellos, es decir si se sienten cómodos sin ninguna presión y como el liderazgo transformacional puede llegar a ser la mejor herramienta para llegar a todos estos empleados.

**✚ LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL, CAPACIDAD DE  
APRENDIZAJE ORGANIZATIVO Y FELICIDAD EN EL TRABAJO**

ANDRES SALAS VALLINA

2013

UNIVERSITAT DE VALENCIA, Valencia-España

En la siguiente investigación nos habla de un tema muy interesante que tal vez ante los ojos de los demás se vea muy simple, de otro es muy curioso e interesante ya que nos habla de la felicidad en el trabajo. Y es pues cuando nos preguntamos si somos felices en nuestro trabajo, si reconocen nuestro esfuerzo, si nos motivan como debería ser o simplemente si la organización tiene el clima laboral deseado para realizar nuestras tareas



diarias. Pues es ahí cuando pensamos si estamos contentos, en algunas ocasiones si en otras no ya que no siempre se tendrá el conocimiento necesario por parte de nuestros superiores para alentar a sus equipos a seguir trabajando de manera sana y competente es por ello que el liderazgo transformacional está presente en esta investigación, porque junto con el líder nos da un aprendizaje organizativo de hacer las cosas bien, motivando a los demás a seguir el ejemplo del líder y esto producirá no solo bienestar o tranquilidad en el trabajo sino que también una mejor calidad y productividad sintiéndose cómodo y feliz con su trabajo.

**✚ LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA RESISTENCIA AL CAMBIO: EL ROL MODERADOR DE LA PERSONALIDAD NEUROTICA Y APERTURA A LA EXPERIENCIA DEL SEGUIDOR**

LISETH ANDREA GUTIERREZ CARVAJAL

2012

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA, Bogotá-Colombia

En este estudio podemos observar que la tesista Gutiérrez nos muestra como la cabeza de una empresa y los empleados se resisten a los cambios globalizados en el este siglo pues es cierto muchas veces hablamos de una administración mucho más horizontal que vertical ya que son nuevos tiempos, entonces debemos practicar nuevas formas de comunicarnos, hacer y enseñar pero lamentablemente no todos piensan así y es el claro ejemplo de la institución o instituciones que Gutiérrez nos enseña que aún hay personas que resisten al cambio que las buenas prácticas para con sus empleados ahora llamados colaboradores no han pasado de moda además de ello que sigue siendo como se pensaba antes es por ello que el liderazgo

transformacional y la resistencia a cambio serán el moderador perfecto para una personalidad neurótica y una apertura a una visión de una nueva experiencia en donde líder conduzca de forma motivadora a sus seguidores.

**✚ LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL Y AUTÉNTICO EN ORGANIZACIONES DE SEGURIDAD, EMERGENCIAS Y DEFENSA**

CARLOS GARCÍA-GUIU LÓPEZ

2014

UNIVERSIDAD DE GRANADA, Granada-España

Dentro del análisis de este tema de investigación concluimos que García-Guiu nos dice que el liderazgo transformacional enlaza muy bien el tema de la identificación grupal, la justicia organizacional, la cohesión y la potencia grupal en las organizaciones que prestan servicios a la comunidad y es pues que luego de tener un buen resultado al influir positivamente dentro del conjunto psicosocial de la organización con el fin de servir correctamente a la comunidad de granada.

**✚ INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DE UN TABLERO DE MANDO PARA LA GESTIÓN EMPRESARIAL BASADO EN EL SISTEMA DE GESTIÓN ESTRATEGICA “BALANCED SCORED”**

Roman Belotserkovskiy

2005

Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima-Perú

En la siguiente investigación planteada por Belotserkovskiy nos indica que se centró en un nuevo sistema para la integración de operaciones dentro de una empresa, ese sistema se llama Balanced Scorecard, el cual ayudado a cumplir con la exigencia que hoy día una organización sufre por los recientes cambios gracias a la globalización y la competitividad de los negocios es por ello que se aplica este sistema en forma teórica y práctica. Pues con el fin de lograr las metas de corto, media y largo plazo dentro de la organización.

El Balanced Scorecard fue elegido en esta investigación ya que podemos ver que enlaza estrategias y objetivos obteniendo resultados a través de cuatro áreas; desempeño financiero, conocimiento del cliente, procesos internos y aprendizaje-crecimiento. Es en este punto que vemos como la ciencia administrativa evoluciona y mejora con los nuevos sistemas de integración dentro de la empresa.

**✚ PROPUESTA DE IMPLEMENTACION DE UN CUADRO DE MANDO INTEGRAL Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE LA EMPRESA MOLINO SAMÁN SRL AÑO 2014**

HUBER ALEXANDER CASTILLO ALVA

2015

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO, TRUJILLO-PERÚ

Dentro de esta investigación podemos observar el uso de la herramienta de gestión, El Cuadro de Mando Integral para ser implementado en la empresa Molina Samán SRL como hemos analizado anteriormente este sistema ayuda a cumplir con el desarrollo del plan estratégico de una empresa, pero sobre

todo detalla por medio de indicadores cuando la organización y sus colaboradores cumplen con sus metas estimadas. Siendo sus objetivos analizar la gestión empresarial antes de implementar el sistema, en segundo lugar, comparar las dimensiones de gestión empresarial con las de Cuadro de mando integral, en tercer lugar explicar los beneficios del Cuadro de Mando Integral y por ultimo adaptar un CMI para la empresa Molino Samán SRL, lo cual tendrá una incidencia positiva dentro de esta empresa.

**✚ ESTUDIO DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y SU EFECTO EN EL  
DESARROLLO DE LAS PYMES DEL CANTÓN SAN JACINTO DE  
YAGUACHI 2013-2014**

FILADELFIA MAGDALENA CAMPOS RODRÍGUEZ

ANDREA ROSELI MÉNDEZ ÁVILA

2015

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO, MILAGRO-ECUADOR

En el presente trabajo de investigación se habla de cómo fomentar la creación de Pymes a través de la gestión empresarial el cual nos dice que los beneficiarios directos serán los dueños de los negocios en este caso la población de Cantón san Jacinto de Yaguachi, no solo por el hecho de crear nuevos puestos de trabajo en la región sino porque también contribuye al crecimiento de la industria en este caso de las pymes en donde se desarrollarán nuevas ideas de negocio para beneficio de la comunidad, sacando a relucir los productos o servicios de esta región para el público en general, atrayendo más turismo y clientes para todo el país, haciéndose conocer no solo de forma regional o nacional sino también con el tiempo de forma internacional.

**✚ GESTIÓN EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN LA MYPES  
DEL SECTOR TEXTIL EN EL MARCO DE LA LEY N° 28015 EN  
EL DISTRITO DE LA VICTORIA AÑO 2013**

JASMINE GONZALES LUQUILLAS

2014

UNIVERSIDAD SAN MARTIN DE PORRES, LIMA-PERÚ

Pues bien en el siguiente estudio de problemática vemos cómo es que influye la ley 28015 en la gestión de los negocios dentro del distrito de la victoria en el sector textil, la población para esta investigación fue de 240 empresas del mismo y el tamaño de la muestra es de 50 personas entre hombre y mujeres empresarios. Nos topamos con una realidad cotidiana que es pues que los empresarios no tienen idea de que se trata la ley 28015 ni de cómo influye está en su empresa y es por ese desconocimiento que la gestión de sus empresas es defectuosa, todo esto guarda relación con las posibles exportaciones que podrían tener, su financiamiento, es decir todas las acciones para el mejor crecimiento de su negocio se puede ver afectadas por el desconocimiento de diferentes leyes y normas. Por eso fue elaborada esta investigación para aportar los conocimientos necesarios con el único fin de que haya una buena gestión empresarial en este sector que día con día está en crecimiento, pero queremos que crezca con la mayor seguridad y conocimientos para que todos se beneficien.

**✚ EL LEASING FINANCIERO Y LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE  
LAS MYPES DE TURISMO A NIVEL NACIONAL**

FELIX HIPOLITO PAJUELO CHAUCA

2017

## UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS, LIMA-PERÚ


En la presente investigación nos habla de cómo el leasing financiero guarda relación con la gestión empresarial en las mypes en el sector turismo, entonces como bien sabemos el leasing financiero trata de un alquiler - venta de maquinaria o equipos para un determinado negocio y llegado el fin del contrato el arrendatario puede adquirir el producto habiendo cumplido con las estipulaciones del contrato, además de haber pagado puntualmente todas sus cuotas. Es una facilidad para todo aquel empresario que está comenzando en un negocio y no cuenta con los medios necesarios es por eso que los proveedores en su mayoría cuentan con esta forma de pago. Volviendo al tema de investigación podemos concluir como ya hemos observado en la investigación de Pajuelo que el leasing financiero tiene mucha incidencia o influencia en la gestión empresarial en las mypes del sector turismo.

### **LA IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL PARA EL CAMBIO ORGANIZACIONAL EN UNA EMPRESA DEL SECTOR DE LA INDUSTRIA HIDRAULICA**

GABRIELA ZARAZÚA PESQUERA

2012

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE QUERÉTANO, QUERÉTARO-MÉXICO

 La siguiente tesis está referida a un caso práctico el cual se enfoca en una empresa hidráulica, nos cuenta que esta empresa no practica la gestión empresarial y mucho menos la cultura organizacional formada, por ende, esta compañía trabaja de manera tácita pero no les va bien ya que no conocen los principios, valores e identificación por trabajar con un solo fin todos unidos como equipo y sin esta base no se puede lograr los objetivos propuestos para la compañía hidráulica. Aquí se utilizará la metodología cualitativa que son las

entrevistas y observación en el campo, luego de ello encontrar los problemas secundarios para ponerles solución como dije anteriormente fomentando la cultura organizacional en donde los equipos se sientan motivados e identificados es así que cubrirán las expectativas, cumpliendo cada con su función aportando y yendo todos a un solo camino.

### **GESTIÓN EMPRESARIAL PARA LA INNOVACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD EN EL SECTOR AUTOPARTES (Caso San Juan del Río)**

MARIA ERENDIRA MARTÍNEZ MARTÍNEZ

2013

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE QUERÉTANO, QUERÉTARO- MÉXICO

Observamos en la tesis de Martinez que ella por primera vez ejecuta este estudio en una empresa de autopartes, es en donde nos explica cómo debería funcionar y como está funcionando la empresa; nos da los puntos resaltantes de que es lo que debería implantarse, resaltando la innovación, una gestión adecuada(para ello se debe tener el conocimiento necesario para ello) otro punto importante es el liderazgo se debe tener voz y mando para alentar a los altos ejecutivos y colaboradores para llevar a cabo una gestión eficiente y productiva en donde puedan ser competitivos fuera de su zona de confort.

Por ello una de las conclusiones que nos da Martinez es que no basta que la economía sea estable y creciendo y pone como punto importante la innovación derivando de ella distintos factores las habilidades dentro de las labores, la tecnología, conocimiento, gestión y por supuesto liderazgo para lograr una gestión empresarial correcta.

**✚ ANALISIS DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y PROPUESTA  
ESTRATÉGICA DE CRECIMIENTO DE LAS MYPES DEL  
SECTOR CALZADO DE EL PORVENIR 2013**

EDWARDS WILLIAMS VELA GONZALES

2014

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO, LA LIBERTAD – PERÚ

Hoy en día sabemos que las mypes o pymes están en pleno desarrollo continuo, en todos los sectores que podemos encontrar, pero estas mypes no tienen orientación ni apoyo por parte del gobierno para enseñarles cómo hacer crecer sus negocios a pesar que tienen los recursos y conocen el negocio no basta, es por ello que en la presente tesis busca plantear una propuesta estratégica de crecimiento de dichas medianas y pequeñas empresas en el distrito del Porvenir en la ciudad de la Libertad. Entonces comenzamos a hacer un breve análisis, fue ahí donde se llegó a la conclusión de que estas mypes no cuenta con las habilidades y competencias que brinda la gestión empresarial, otro signo de deficiencia que nos comenta Vela es que como mencione no hay apoyo por parte del estado y/o gobierno para este sector en Porvenir, que se debe implementar estrategias tanto para la administración de cada negocio, como para la asociación e internacionalización y sobre todo apoyo financiero por parte de las entidades financieras con el fin de generar dinamismo a la vez competitividad de las mismas, de este distrito en la Libertad; a nivel nacional y porque no también a nivel internacional.

**✚ PROCESO ADMINISTRATIVO Y GESTION EMPRESARIAL EN  
COPROABAS, JINOTEGA 2010-2013**


SILVIA ELENA FLORES OROZCO

2015



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA, CROABAPAS,  
NICARAGUA

En esta investigación hemos podido analizar cómo anteriores casos que los procedimientos administrativos están siendo obviados o desconocidos por quien está a la cabeza de esta cooperativa en donde Flores nos indica que no hay un empleo de técnicas ni herramientas mucho menos de preparación en gestión empresarial y administración teniendo estos problemas y siendo las variables a tocar no podemos hablar de desarrollo ni crecimiento ya que no se puede avanzar es por ello que se recomienda a los directivos de esta cooperativa que puedan capacitarse no solo ellos sino también el personal en general toda la empresa desde conocer su cultura organizacional que ayudará a identificarse todos como una misma unidad, conocer la misión, visión, valores y objetivos de la empresa para saber a dónde se quiere llegar, trabajar en las estrategias para crecer dentro y fuera de la localidad, estimular a los colaboradores a trabajar con motivación y pasión por lo que hacen todo ello conforma una buena gestión empresarial con procesos administrativos bien elaborados.

 **LA GESTION EMPRESARIAL Y EL IMPACTO EN EL  
DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA,  
GESTIONANDO A TRAVÉS DEL CONVENIO BINACIONAL  
ALBA-TCP, ENTRE EL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA  
Y LA REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA EN LAS  
GESTIONES 2006-2012**

LILY SUCY QUISPE APAZA

2013

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES, LA PAZ- BOLIVIA

Mediante el Convenio Binacional ALBA-TCP entre el estado de Bolivia y Venezuela buscar la integración luchar contra la pobreza y la exclusión social es por ello que firmaron este convenio para tener apoyo mutuo entre ambas naciones participando también Cuba como mediador. Entonces este convenio desea impulsar nuevos valores microempresarios dentro de los países ya mencionados para lograr hacer crecer esta industria a la vez fomentar y que pueda contribuir tanto en el aspecto económico, social, político a las naciones; escogiendo el sector productivo netamente para impulsar este proyecto.

Es aquí donde entra a tallar la presente tesis de Quispe en donde ella evaluará las estrategias, gestión e impacto que tienen estas pequeñas con este convenio, además de los beneficios que otorga este convenio para Bolivia y Venezuela, como se desarrollará este proyecto y si va a ser útil verdaderamente siendo factible o no para la población.

## **GESTIÓN EMPRESARIAL: ESTRATEGIAS DE DESARROLLO SOSTENIBLE PARA REDUCIR EL IMPACTO AMBIENTAL DE PYMES (INDUSTRIA QUÍMICA) EN ECATEPEC, MÉXICO**

ELÍAS ISRAEL LUNA PEREZ

2018

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO, D.F. México

En el siguiente resumen de la investigación el autor quiere darnos a entender las consecuencias ambientales que trajeron consigo la industria química es por ello que se crearan estrategias para contrarrestar los daños causados en el medio ambiente sobre todo en la localidad de Ecatepec, México no solo porque daña el ambiente sino también en la salud de los habitantes pero dentro de la gestión empresarial que dichas pymes tienen dentro de sus procesos, con esto podemos entender que la gestión empresarial influye mucho en todos los campos que podemos observar en nuestro alrededor

sobre todo porque dentro de toda empresa existe la responsabilidad social que hoy es mucho más importante como imagen misma de una entidad privada y también pública, además por todo lo que acontece desgastar los recursos naturales de nuestro hábitat no está permitido, es por ello que desea concientizar guardando respeto al medio ambiente.

## **GESTIÓN EMPRESARIAL Y SU IMPACTO EN LA EXPORTACIÓN DE SANDÍA DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE LA REGIÓN TACNA**

MARISOL REBECA PERCCA TARQUI

2017

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA, TACNA - PERÚ

Como podemos analizar el presente estudio tiene como variables la exportación y la gestión empresarial en la Ciudad Heroica de Tacna en donde se producen sandías, como también diferentes productos regionales como el olivo y el orégano también exportados a nivel Latinoamérica donde su auge es mucho más grande a la vez se observa el crecimiento de esta actividad exportadora en pleno desarrollo dando muchos frutos tanto a los empresarios tacneños como a la misma ciudad, este producto es exportado a Chile y Ecuador pero en su totalidad al país vecino de Chile como cliente potencial es donde se observa mayor utilidad esto significa que los empresarios en Tacna están realizando una muy buena gestión empresarial para administrar dicho negocio y cumplir con los estándares de calidad que se requiere para exportar a los países más exigentes, el resultado es que la gestión empresarial tiene influencia directa con la exportación de sandías con un 93.5% de efectividad.

**✚ DISEÑO DE UN MODELO DE UN SISTEMA INTELIGENTE COMO SOPORTE DE LA DECISION PARA LA GESTION EMPRESARIAL EN LAS PYMES**

ALEXIS ORTIZ USUCHE

2013

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE MADRID, MADRID- ESPAÑA

En este estudio nos narra acerca de la importancia de la gestión dentro de los procesos administrativos que se llevan a cabo en las pymes de Bolívar, Venezuela, es por ello que nos indica que las dimensiones de una Gestión empresarial están ligadas al producir y generar utilidad.

Como sabemos dentro de una empresa sea grande o pequeña se debe contar con los mecanismos necesarios para ejecutar las distintas tareas encomendadas por nuestro jefe directo o supervisor, pero para ello debemos tener todo lo necesario, tomar buenas decisiones y ante todo un sistema innovador e inteligente para que se pueda realizar todo en el orden y tiempo estipulado, con esto y motivando y orientando al personal dentro de toda la empresa generará competitividad y logro, dentro de esta investigación se concluyó que tiene mucha influencia la gestión con los procesos de mejora dentro del sector.


**✚ PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y SU REPERCUSIÓN EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL DEL SECTOR TURISMO EN LA REGIÓN PUNO**

NILDA ROSAS ROJAS

2016

UNIVERSIDAD ANDINA NESTÓR CÁCERES VELÁSQUEZ, JULIACA –  
PUNO-PERÚ

La administración directa en una empresa se basa de acuerdo a su planeamiento estratégico es por ello que las decisiones parten de la estrategias que lleguen a plantear en dicho planeamiento, entonces repercutirá en una gestión empresarial óptima, como hemos visto en esta investigación existe una correlación directa en estas variables, sobre todo en el sector turismo en donde vemos que se puede explotar demasiado por la cantidad de turistas que llegan a la región de puno por sus costumbres, por su gente, tradiciones, comida y lugares turísticos que destacan es una región rica donde goza de gran parte del turismo estando a mismo nivel que Cusco u otras regiones. Entonces se debe aprovechar este recurso, contando con una óptima gestión, buenas estrategias, toma de decisiones e innovación.

 **DESEMPEÑO DOCENTE Y DESARROLLO DE LAS  
CAPACIDADES EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y MARKETING  
EN ESTUDIANTES DE LA ESCUELA SUPERIOR TECNOLÓGICA  
SENCICO**

IVAN RICARDO BARRETO BARDALES

2015

UNIVERSIDAD SAN MARTIN DE PORRES, LIMA- PERÚ

En el estudio que visualizamos a continuación vemos como se relaciona la variable desempeño de un docente que labora en la Escuela Superior Sencico y esto con el desarrollo de las capacidades en la materia de gestión empresarial, aquí podemos observar que no se están dando las clases con los temas debidos es por ello que por la presente tesis se sugiere cambiar la malla curricular, en donde los docentes brinden mejores clases a sus alumnos y que los alumnos tengan un mejor aprovechamiento de la

materia, donde puedan desarrollar las habilidades para la materia de gestión empresarial y marketing. En esta tesis se comprobó que para tener un mejor aprendizaje se debe tener las buenas prácticas y la vocación de enseñar a los alumnos y por ende habrá mayor desempeño.

## 2.2 Bases Teóricas

### ➤ LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL

El liderazgo transformacional es una forma de liderazgo que origina una modificación verdadera e importante en los colaboradores. Sus principales características son, Ayudar a “Evolucionar” a los demás interiormente, a preocuparse por sus compañeros, motivar y comprenderse. En la dirección, el jefe incrementa las ganas de trabajar, su ética por un trabajo correcto y en la productividad de cada uno de los colaboradores de su equipo. Deseo destacar que el Liderazgo Transformacional cambio la perspectiva que tenía anteriormente con la forma de liderazgo tradicional.

Y hoy de acuerdo con Yukl y Van Fleet (1992), citados por Ramos (2005) “El nuevo prototipo de Liderazgo Transformacional combina diferentes visiones y dentro de ello hay principios de los demás modelos de liderazgo como el comportamiento, cualidades y autoridad agregando etapas versátiles. Citado por (Castro, 2015)

Tocando otro punto de vista, según Ramos (2005), (p. 80) Nos habla del liderazgo transformacional enfatizando ámbitos principales donde se explica el clima laboral como el reconocimiento del buen trabajo del equipo, distinción de combinar en el crecimiento laboral como personal. En este último punto de vista Ramos nos dice que; el liderazgo transformacional está expresado en

las emociones y sentimientos que demuestren los colaboradores dentro de la empresa en donde trabajen, de cómo se sientan, si están cómodos y esto será consecuencia del aprovechamiento de las tareas asignadas, teniendo en cuenta si se ven como parte del equipo es decir si sienten empatía organizacional llamados a ser uno solo dentro de la organización.

Dentro de otros conceptos según Ayoub (2011) (p. 68). Nos dice del liderazgo transformacional que es el desarrollo que ejerce el líder para con sus colaboradores incrementando las posibilidades interpersonales asegurando el triunfo de los colaboradores y el grado de sensatez de la trascendencia e interés de los logros estimados, incita a que los colaboradores pongan más empeño a las labores encomendadas yendo más lejos de sus aspiraciones incluso de lo que al principio tenían en mente lograr. Citado por (Castro, 2015)

### **Dimensiones del Liderazgo Transformacional**

A continuación, se presentarán las cuatro dimensiones de un líder transformacional. B. Bass. (1985) citado por Salazar. M. (2006)



#### **Consideración Individualizada**

En esta dimensión nos dice que el líder acompaña y vela por los colaboradores dentro de su desarrollo personal y laboral, siendo su maestro, guía u orientador demostrando empatía y poniendo atención a las necesidades de su equipo, aconsejándolos, dirigiéndolos al éxito. Como pilar esta la comunicación estrecha entre ambos (líder y equipo). Cuando existe la oportunidad de felicitar los aportes brindados se da de manera espontánea y reconocida, a la vez respeta la opinión de cada uno de ellos. Citado por (Castro, 2015)

De acuerdo con Ramos (2005) Este elemento del liderazgo transformacional se caracteriza por atender y brindar apoyo de manera individual a cada uno de los seguidores de todo su equipo para mejores resultados. Comprenden e identifican que por ser humanos pueden cometer errores, pero dentro del error, el líder enseña cómo llegar al objetivo planteado con el ejemplo que el mismo de, además de las estrategias planteadas con las ideas de cada uno de ellos, los atiende consideradamente, les trasmite aprecio, encomienda trabajo a cada uno de ellos para que destaquen su capacidad intelectual, los observa por si necesitan respaldo, pero a la vez que no perciban que están siendo puestos a prueba. Citado por (Castro, 2015)

El feedback, la preparación y el consejo son factores relevantes de este aspecto.

### **Estimulación Intelectual**

En términos generales en esta dimensión podremos encontrar la motivación plena que ofrece el líder o guía a sus colaboradores y/o seguidores, afronta amenazas y pide a los colaboradores que aporten sus opiniones para encontrar solución a aquel acontecimiento que se presente. De esta manera el líder hace que los seguidores tengan el poder de presentar soluciones eficientes a través de su propia creatividad, este ejercicio hace que tengan un estímulo de presentar respuestas diferentes e innovadoras, haciéndolo de manera individual fomentando el desarrollo del mismo, lo que nos quiere dar a entender es que las fallas que se den en el camino sean vistas como oportunidades de mejora y de cómo lograr salir de ese problema de forma creativa, audaz y aprendiendo de ello para realizar eficazmente sus actividades dentro y fuera de la empresa. Ya que a diario se nos presentan situaciones complicadas para ello debemos buscar las alternativas indicadas, con ello salir airoso de las dificultades del día a día, según Ramos (2005) “La estimulación intelectual se refiere como el nivel por medio de este, el Mentor estimula a los colaboradores a reflexionar muchas veces de cómo deben actuar para resolver las diversas situaciones, impulsa el razonamiento y la



ecuanimidad en el resultado de las dificultades, provoca en los colaboradores que sean transformadores, revolucionarios para que de esta forma puedan contribuir con nuevos enfoques, criterios en presencia de los ya anglosajones contratiempos y acontecimientos. Citado por (Castro, 2015)

### **Motivación Inspiracional**

En este nivel el Mentor construye un panorama ideal e inspirador para los colaboradores. En este panorama los colaboradores se ven motivados a seguir los objetivos planteados. Los líderes junto con los colaboradores visualizan un grado superior de estímulo el cual les lleva a manifestarse con sus aptitudes productivas de las tareas que se les encomienda. El líder difunde entusiasmo para hacer realidad las futuras metas propuestas. Los colaboradores necesitan de una sólida razón visionaria para ser motivados a realizar sus actividades superando y trabajando más de lo que sus esfuerzos puedan hacer. De la mano con la comunicación líder y equipo en donde tengan el soporte necesario para seguir adelante. Es obligatorio mantener informados a los colaboradores acerca de las metas que se lograrán reuniendo sus esfuerzos y de los logros que obtendrán ya que esto hará que su optimismo se multiplique para que así se trabaje arduamente en los objetivos previstos, teniendo en cuenta sus habilidades y aptitudes que se les caracteriza a cada uno en particular además de lo que cada uno aportará al estar altamente motivado de acuerdo con Ramos (2005) (p. 87). Respecto a la motivación inspiracional como aspecto del liderazgo transformacional, nos dice lo siguiente en esta etapa el mentor muestra su comportamiento fidelizado a mostrar la razón del trabajo, objetivos y sobre todo los logros que se producirán al trabajar en equipo. Los Jefes estimulan e incentivan a los colaboradores comunicándoles de los planes que se ejecutarán para llevar a cabo dichas tareas y los motiva para que lo hagan. Los invita a creer en circunstancias interesantes, los reta con patrones elevados, pone en conocimiento con

grandes perspectivas e incrementa los ánimos de trabajar en equipo. Este comportamiento añade la explicación de las aspiraciones y los deberes para la culminación de los propósitos de la empresa. Son apasionados, extrovertidos, positivos contagiando estas actitudes a los colaboradores. En conclusión, en esta etapa se refiere tanto a las características de la capacidad intelectual y de los logros que se obtendrán. Citado por (Castro, 2015)

#### **Influencia Idealizada** (atribuida y conducta).

Explica que este nivel destaca por ser superior a los demás, dentro del liderazgo transformacional. El líder provee un plan con una percepción y enfoque común para todos, principios y reglamento que forma parte de la acción. El honor del Guía tiene relación con el deber de los equipos involucrados, perfeccionar sus destrezas de productividad y la contribución de modelo individual, la seguridad, hacer suyos los propósitos, imitar al líder, profundizar el comportamiento y los propósitos comportándose con esa “energía” demostrándolo inclusive en ausencia del jefe son algunas demostraciones de esta dimensión del liderazgo transformacional. Según Huici, et al. (2012) (p. 196) la influencia idealizada (atribuida) compromete que los líderes superiores son apreciados, son honrados y consiguen la convicción de los demás. Los colaboradores empatizan con ellos e intentar emularlos. Mientras que la influencia idealizada (conducta) tiene similares características, pero se concentra en comportamientos particulares. Citado por (Castro, 2015)

### **Características del líder transformacional**

1.-Es un estilo de liderazgo motivacional y transformador

Es un modo de liderazgo que estimula a los individuos y los cambia ya que influye en las obligaciones de la humanidad con la superación, amor propio y el desarrollo personal.

La práctica del liderazgo transformacional motiva a tener comportamientos más sólidos. Los colaboradores están estimulados al punto que desean trabajar más en sus actividades encomendadas. (Beller, s.f.)

## 2. Producen cambios de visión en sus seguidores

Los mentores transformacionales tienen dominio en los integrantes del equipo, origina modificación de perspectivas que fomentan a los individuos que hace que estos dejen de lado inclinaciones personales para que sea un bien común.

Hasta solicitarán el bien común así no hayan cubierto sus propias necesidades más comunes como la salud, protección o el amor.

El liderazgo transformacional es adecuado cuando se quiere modificar la perspectiva o la finalidad de la misma empresa pues el escenario es activo y de alteraciones veloces. En estos escenarios el estilo de liderazgo es el más conveniente a fin de que se obtengan estos guías. Beller, et al (s.f.)

## 3. Son líderes carismáticos e inspiradores

Son mentores con personalidad manifiestan poder por medio de su temperamento, del poder que practican y de las conductas como modelos.

Los líderes transformacionales terminan por ser un ejemplo de persona a seguir por parte de sus colaboradores.

El liderazgo transformacional causa conmoción y con ello invita a seguir, compenetrarse con él, ideas, principios y propósitos.

Los líderes transformacionales tienen la habilidad de alentar a sus colaboradores y de reflejar seguridad y aprecio.

También son estimuladores porque intensifican el entusiasmo y el ánimo de sus colaboradores. Beller, et al (s.f.)

4. Prestan atención a los seguidores de manera individual y se muestran disponible para ellos

El líder transformacional observa a sus colaboradores y los orienta de modo que inspira a su progreso y mejoría.

Ellos también alientan el intelecto, de modo que sus colaboradores comienzan nuevas actividades y cambiar su forma de pensar convirtiéndola en una forma más creativa. (

Expresa disposición para con ellos y les informa de sus altas aspiraciones, les trasmite confianza y esta para apoyarlos.

Presta atención a cada uno de manera personalizada, los guía con consejos, les brinda información y siempre de manera particular. Beller, et al (s.f.)

5. Generan vínculos emocionales en sus seguidores

Los colaboradores forman un lazo tan fuerte con el líder transformacional, que comparten los mismos ideales y una perspectiva común. Los colaboradores sienten más seguridad interna y ello ayuda tener más confianza de ellos mismos, con más amor propio, con esto mandan alertas positivas a lo que el guía quiso transmitir luchando por obtener las metas grupales. Beller, et al (s.f.)

6. Son líderes autorregulados

Los líderes transformacionales tienen una definición positiva de sí mismo, entonces es por ello que les da curiosidad saber qué es lo que piensan los colaboradores de él.

Se autorregula, consiguiendo la equidad entre sus perspectivas y su conducta para estar más seguros.

Con la finalidad de que sus colaboradores los reconozcan y los imiten, es fundamental que regulen su comportamiento e identifiquen cuáles son sus diferencias en su actuar y lo que se desea ver en ellos.

Si se notan diferencias, se estimulan para cambiarlo y acoplar factores que desea observar en ellos. Beller, et al (s.f.)

#### 7. Promueven la cooperación

Ya que existen cambios y se regulen los líderes se amoldan a los cambios de la empresa.

Esto hace que impulsen la colaboración dentro de la empresa, que todos los integrantes se comprendan, que se complazcan con las aspiraciones de la empresa como la del equipo. Beller, et al (s.f.)

#### 8. Promueven el efecto cascada o dominó

Dentro de las cualidades de los líderes transformacionales es transformar a sus colaboradores en poderosos líderes transformacionales.

En otras situaciones, los colaboradores se transformarán en líderes transformacionales asegurando que la compañía es sustentable. (Beller, s.f.)

#### 9. Estimulan intelectualmente a sus seguidores

Vemos otra cualidad principal del líder transformacional que es motivar el intelecto del colaborador.

De esta forma el colaborador encuentra respuestas innovadoras a las dificultades que se presentan. Esto va de la mano con la educación e instrucción que obtenga el colaborador ya que eso impulsará a su desarrollo personal. Beller, et al (s.f.)

#### 10. El liderazgo compartido es importante para ellos

En los líderes transformacionales es fundamental la visión de liderazgo conjunto, ya que desean que todos los colaboradores se vean involucrados para reconocer los principios de la compañía, contribuyendo e intervienen con la misma. Para estos líderes las actividades en equipo son realizadas mejor y en un corto tiempo, ya que se distribuyen aprovechando cada uno su habilidad. (Beller, s.f.)

#### 11. Son roles simbólicos de autoridad

Los líderes transformacionales obtienen una labor de ser “Un modelo de autoridad” a imitar, es por ello que sienten la responsabilidad de llevar la empresa, es ahí donde desarrollan una conducta particular, para ser el modelo.

Actúan con disposición, son sinceros, comprometidos y de ejercer sus actividades eficaz y eficientemente para lograr las metas y ser fiel a los principios de la empresa. Beller, et al (s.f.)

#### 12. Se definen según valores morales

Producen en sus colaboradores los factores de seguridad total, incluyendo la estimación y la honradez. Se encarga del juicio de sus colaboradores defendiendo los principios como la equidad o igualdad, la autonomía y la armonía. Observando de cerca los principios que cada colaborador guarda y es valioso haciendo que estos sean responsables de las metas organizacionales, los incita a ver más de lo que ellos aspiran, estimulando sus menesteres supremos, como el auto reajuste. Beller, et al (s.f.)

### 13. Tratan de reducir al mínimo los errores

Los líderes transformacionales procuran disminuir las equivocaciones.

Generalmente están preparados para lo que suceda ya que es inevitable controlar los hechos y en caso pase se reflexiona acerca del fallo y se aprende para que no se vuelva a repetir, de la misma manera sucede con los colaboradores no se debe sancionar sino corregir y dar una enseñanza de lo acontecido. Beller, et al (s.f.)

### 14. Es creativo

Induce a los colaboradores a tener nuevas alternativas de solución, pero con frescas y nuevas ideas, promueven la imaginación para que cada uno por sus propios medios pueda resolver los problemas del día a día para realizar las labores.

Se proyecta a planes de largo plazo, los obstáculos más difíciles los resuelve utilizando sus habilidades intelectuales y creativas.

### 15. Es interactivo

Trabaja de manera conjunta en donde todos los participantes puedan colaborar dentro de las actividades grupales para ello los colaboradores están en aprendizaje continuo por parte del líder y a la vez incentiva a utilizar nuevas tecnologías. Beller, et al (s.f.)

## ➤ GESTION EMPRESARIAL

Es el ejercicio que toda empresa realiza a través de los recursos humanos para dar un mejor rendimiento, compromiso con los clientes, calidad de producto y/o servicio y sobre todo aumentar la capacidad de competencia con las demás empresas. Dentro del término gestión, este busca ejecutar las tareas de forma eficaz y eficiente reconociendo las estrategias para llevar a cabo dichas actividades con el propósito de generar utilidades y llegar al éxito.

Un nuevo siglo y la globalización que permite estar interconectados a través de cualquier dispositivo móvil para revisar de cerca la realidad de cualquier país que deseemos ver, la economía incluyendo el factor sociocultural. Esto produce incertidumbre en el mundo de los negocios, presentándose un ambiente mucho más cambiante, dificultoso; es justamente por ello que el modelo de gestión empresarial que hoy en día se utiliza ayuda para afrontar aquellas necesidades que se presentan en el camino y prevenir a largo plazo circunstancias de declive dentro de las organizaciones, tiene como pilares a la planificación, la organización, la dirección y el control herramientas básicas dentro de una buena gestión.

León, C. y otros:(2007) *Gestión empresarial para agronegocios*, Edición electrónica gratuita.

La gestión se diferencia de la administración porque la gestión combina estrategias para alcanzar los objetivos y el uso de tecnología.

### **Dimensiones de la Gestión Empresarial**

#### **Planificación**

En esta etapa de la gestión se elabora un plan estratégico que guíe los pasos de la organización para una mejor toma de decisiones desde el



principio hasta el final con una estrategia general hasta las particulares para alcanzar las metas planteadas.

### **Organización**

Se define como establecer el orden dentro de la compañía, distribuir los puestos y cargos en el rango correspondiente desde el nivel operativo pasando por el nivel técnico hasta llegar al nivel estratégico. Dentro de esto también se detalla las funciones de cada uno de los colaboradores, los equipos de cada área y de cómo trabajaran para lograr los objetivos. El fin de esta etapa es tener claro lo que cada integrante realizará y como contribuirá en el crecimiento empresarial.

### **Dirección**

En esta etapa es la fundamental dentro la administración de un negocio ya que el gerente, administrador o líder debe velar porque los propósitos de la empresa se cumplan, pero para que esto suceda debe estimular los colaboradores, compartir el fin común para que este sea un motivo fuerte e impacte a todos para trabajar en equipo llegando así a la meta.

### **Control**

Una vez practicadas todas las etapas dentro del orden establecido el plan estratégico, delegando las funciones, estimulando a los recursos humanos, pero al margen de esto, aun así, los planes establecidos pueden salir mal es por ello que se debe inspeccionar las actividades que se encomiendan midiendo la capacidad de la organización para contrastar con las metas con los costos de inversión.

León, C. y otros:(2007) Gestión empresarial para agronegocios, Edición electrónica gratuita.

## Capacidades y Habilidades de la Función Gerencial

Esta capacidad consiste en orientar a las personas que se encuentran dentro de la organización, a través del liderazgo que ejerce el líder, teniendo el poder de guiar a su equipo mostrándose responsable, dando el ejemplo para que los demás tengan la actitud de imitar dicho comportamiento y nazcan nuevos líderes ya que ese es el objetivo principal del líder y contar con otras facetas que también son fundamentales:

- Destreza para tomar decisiones
- Creatividad, honradez, proactividad y razonamiento
- Capacidad para inspeccionar y guiar
- Capacidad para percibir planes a futuro
- Capacidad para motivar
- Capacidad para crear
- Aptitud para encargarse de las obligaciones
- Habilidad para trabajar
- Habilidad de hallar nichos de mercado
- Capacidad de escuchar y ayudar a los demás
- Equidad e integridad
- Habilidad de constancia frente a los cambios
- Perseverancia
- Habilidad para reconocer las necesidades del consumidor

- Habilidad encontrar ideas que resuelvan las dificultades
- Saber comprender
- Es sociable

León, C. y otros:(2007) *Gestión empresarial para agronegocios*, Edición electrónica gratuita.

### **Factores de Competitividad que afectan la gestión**

#### Nivel Micro

- Habilidad para administrar los recursos
- Plan estratégico
- Creación y transformación de novedades
- Prácticas en el ciclo de producción
- Implementación tecnológica
- Métodos para un procedimiento de distribución de recursos
- Interrelación entre proveedores, productores y consumidores

#### Nivel Macro

- Gestión de infraestructura fiscal
- Gestión educacional
- Gestión tecnológica

- Gestión de infraestructura industrial
- Gestión ambiental
- Gestión regional
- Gestión de comercio exterior

León, C. y otros:(2007) *Gestión empresarial para agronegocios*, Edición electrónica gratuita.

### Técnicas de Gestión Empresarial

Investigación Estratégica: Establecer el panorama, político, económico y social a nivel internacional e nacional más cercanos, observando así a los agentes por los cuales se toman las decisiones referentes a la sociedad.

Gestión Administrativa: Se centra en anticipar las actividades que tiene la empresa con el hecho de realizar una gestión óptima, para ello implica seguir las etapas ya mencionadas de la administración y gestionando bien al personal que se encargará de dichas actividades.

Gestión de las TIC: Emplear la tecnología por medio de los sistemas de gestión administrativa, facilitando de esta manera la toma de decisiones y resultados rápidos.

Finanzas: Distribución correcta de los recursos financieros, asignando de forma equitativa y llevando una contabilidad de cómo se utilizan estos recursos monetarios, además de conseguir estos recursos a un bajo costo

Capital Humano: Administrar de forma creativa a los colaboradores para que se puedan sentir motivados y guiados en sus labores encomendadas dentro

de esto se encuentra seleccionar, mantener y acompañarlos en su desarrollo profesional.

Administración de la Logística: Proveer con los mejores insumos, materias primas o servicios para que el producto final sea el resultado esperado y correctamente distribuidos.

Gestión Ambiental: Ante todo preservar y cuidar el medio ambiente por medio de normativas que ayuden a proteger el hábitat natural de los recursos naturales y de los seres vivos como lo son los animales y demás especies.

León, C. y otros:(2007) Gestión empresarial para agronegocios, Edición electrónica gratuita.

## **2.3 Definición de Términos**

- ✓ LIDERAZGO: Es el poder que tiene una persona para persuadir a otra en determinadas circunstancias, mediante el diálogo para la obtención de metas de fin común. (Chiavenato, 1993)
- ✓ LIDER TRANSFORMADOR: Busca el crecimiento propio y el de su equipo de trabajo. Piensa en el resto ayudándolos a despertar sus capacidades técnicas, intelectuales y creativas las promueve mediante asesoría, charlas; además de ser el guía transformador que persigue involucrar totalmente a todos los colaboradores que lo acompañan.

- ✓ **MOTIVACIÓN:** Es el empuje que todos los seres humanos sienten para cubrir sus menesteres. Clasificándose en cinco:

En el primer escalón de estas necesidades se encuentran las que son primordiales para nosotros para subsistir y son las necesidades básicas, dentro de ellas se encuentran comer, respirar, descansar, tener un lugar donde vivir, etc. Seguimos subiendo encontrando al segundo lugar que es defensa y resguardo, los cuales son tener un trabajo, estabilidad, salud, etc.

Luego encontramos en el tercer peldaño la necesidad de pertenecer a un grupo social, de tener afecto, una pareja o simplemente ser reconocido por la sociedad, a esto se le conoce como necesidad de pertenencia. Seguimos con las necesidades de estima las cuales son las de tener amor propio, logros, una imagen ante los demás y respeto.

Por último, se encuentra la última necesidad que está por encima de las demás siendo, la autorrealización, esta necesidad nos explica que alcanzar el éxito personal de lo que quisimos ser; es la necesidad más satisfactoria.

En conclusión, al cumplir la satisfacción en el orden pactado, esto generará la motivación para el ser humanos cumpliendo con sus necesidades y viéndose realizado en cualquier ámbito de su vida. (Méndez, 2013) (Quintero; 2007:1)

- ✓ **INTRAEMPRENDEDURISMO**

Es aquella persona o grupo de personas que trabaja en sus ideas propias para innovar dentro de la empresa donde labora, para aportar nuevos conocimientos o rediseñar un nuevo producto o servicio que pronto saldrá al mercado. (Medina, 2011)

- ✓ **GESTION**

Es el ejercicio que toda empresa realiza a través de los recursos humanos para dar un mejor rendimiento, compromiso con los clientes, calidad de producto y/o servicio y sobre todo aumentar la capacidad de competencia con las demás empresas. Dentro del término gestión, este busca ejecutar las tareas de forma eficaz y eficiente reconociendo las estrategias para llevar a cabo dichas actividades con el propósito de generar utilidades y llegar al éxito.

León, C. y otros:(2007) Gestión empresarial para agronegocios, Edición electrónica gratuita.

#### ✓ COMPETITIVIDAD

Se tienen dos definiciones en competitividad primero esta la que es a nivel país como se encuentra su economía, si tiene un mejor desarrollo, si sus ingresos producidos por persona son elevados, etc. Todo esto conlleva a decir que es competitivo y tiene las cualidades necesarias para sobresalir frente de los demás países y por ende tiene una mejor calidad de vida para sus ciudadanos.zonaeconomica.com "Competitividad" [en línea]

Recuperado de

<https://www.zonaeconomica.com/definicion/competitividad>

Por otro lado, se encuentra la competitividad vista a nivel comercial de la producción de bienes y servicios a nivel nacional, de sus exportaciones e importaciones, todo acompañado de la gestión de los recursos que se utilicen, incluyendo las estrategias que se tomen para sobresalir y competir.

#### ✓ INNOVACIÓN

Es la creación de un nuevo invento ante la sociedad, para brindar facilidad y hacer las cosas mucho más sencillas para un individuo. En otros términos, es encontrar la solución de manera creativa a los problemas que se presenten. (Portela, 2015).

#### ✓ PRODUCTIVIDAD

La productividad es controlada por los factores determinados que se emplean para cuantificar cuanto es que se ha empleado de cada uno por ejemplo mano de obra, patrimonio, periodo, inversión, etc. Durante un tiempo esperado.

La productividad será efectiva cuando se produzca más bienes usando pocos recursos en el menor tiempo posible. En otras palabras, si se utiliza menos cantidad de madera para fabricar la misma cuantía de muebles, esto será denominado eficiente, incluyendo que se haga en el menor tiempo, es eficaz; la combinación de ambos es efectivo. (Sevilla, 2018)

## **2.4 Hipótesis**

### **2.4.1 Hipótesis General**

Si introducimos de modo competente el liderazgo transformacional, esto influirá positivamente de forma beneficiosa a la gestión empresarial en la Empresa GHI Consultores Empresariales Consultores SAC en el área de ventas en la ciudad de Lima en el periodo 2017-2018.

### **2.4.2 Hipótesis Específicas**

- Si el líder practica de manera correcta la consideración individualizada, esta influirá positivamente en la planificación de la empresa GHI Consultores Empresariales SAC en el área de ventas en la ciudad de lima en el periodo 2017-2018.
- Si el Líder motiva a una mayor estimulación intelectual, la organización y las funciones de la empresa serán mucho más prácticas para ejecutar en la empresa GHI Consultores Empresariales SAC en el área de ventas en la ciudad de lima en el periodo 2017-2018.



- Si existiera un alto sentido de motivación inspiracional por parte del líder, la dirección tendría mejor coordinación, estimulación y optimismo en la empresa GHI Consultores Empresariales SAC en el área de ventas en la ciudad de lima en el periodo 2017-2018.
- Si se transmitiría emotivamente la influencia idealizada a todos los colaboradores a través del líder, el control sería mucho más cómodo en la empresa GHI Consultores Empresariales SAC en el área de ventas en la ciudad de lima en el periodo 2017-2018.

## **2.5 Variables**

### ***2.5.1 Definición Conceptual de la Variable***

#### 1) Liderazgo Transformacional

[...] El líder transformacional tiene éxito al cambiar la base motivacional del individuo desde una motivación regular hasta llevarla al compromiso. Los líderes transformacionales elevan los deseos de logros y autodesarrollos de los seguidores, mientras que a la vez promueven el desarrollo de grupos y organizaciones.

En vez de responder al auto-interés inmediato de los seguidores como resultado del palo o la zanahoria, los líderes transformacionales despiertan en el individuo un alto conocimiento de temas claves para el grupo y la organización, mientras aumentan la confianza de los seguidores, gradualmente los mueven desde los intereses para la existencia hacia intereses para logros, crecimiento y desarrollo (Burns, 1978). Citado por (Méndez, 2009)

## 2) Gestión Empresarial

La gestión empresarial o también llamada gerencia administrativa o ciencia social y técnica encargada de analizar y/o estudiar la estructura de las empresas y la forma como se administran los medios, procedimientos y logros de sus tareas. Incluye la administración, la economía, la contabilidad, el marketing, la administración estratégica, etc. En conclusión, la gestión empresarial es utilizar los 4 pilares fundamentales de la administración ya conocidos con el solo fin de lograr los objetivos establecidos en una entidad pública o privada. (Córdoba, 2011)

### **2.5.2 Definición Operacional de la Variable**

#### 1) Liderazgo Transformacional

“El liderazgo transformacional se da a entender como el liderazgo que origina una transformación indiscutible y beneficiosa para los colaboradores. Un guía transformacional se focaliza en “Convertir” a las personas cooperando recíprocamente, a considerar a las demás personas, a animarlos, a fin de contemplar la empresa de afuera. En esta disposición, el Líder incrementa el estímulo, la ética y la productividad de su equipo de colaboradores”. Castro et al (2015)

#### 2) Gestión Empresarial

“Es el ejercicio que toda empresa realiza a través de los recursos humanos para dar un mejor rendimiento, compromiso con los clientes, calidad de

producto y/o servicio y sobre todo aumentar la capacidad de competencia con las demás empresas. Dentro del término gestión, este busca ejecutar las tareas de forma eficaz y eficiente reconociendo las estrategias para llevar a cabo dichas actividades con el propósito de generar utilidades y llegar al éxito”.

León, C. y otros:(2007) Gestión empresarial para agronegocios, Edición electrónica gratuita.

### 2.5.3 Operacionalización de las Variables

Cuadro 2. Operacionalización de Variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>LIDERAZGO</b>	Consideración Individualizada	1.
		2.
	Estimulación Intelectual	3.
		4.
	Motivación Inspiracional	5.
		6.

TRANSFORMACIONAL	Influencia Idealizada	7. 8.
GESTIÓN EMPRESARIAL	Planificación  Organización  Dirección  Control	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8.

*Fuente: Elaboración Propia*

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1 Tipo y Nivel de Investigación**

##### a) Tipo de Investigación

Según Fred N. Kerlinger; la investigación es metódica, experimental y analítica. Esto se emplea en investigaciones cuantitativas, cualitativas y mixtas. Siendo metódica confirma que se ejecuta siguiendo un orden a través de un método de análisis. Es experimental porque recoge información basándose en el experimento de algún caso en particular a la vez analizándolo y analítica ya que su mejora en la investigación es constante de acuerdo a como se presenten los hechos.

Es por ello que dentro de la investigación se cumplen dos roles principales

1. Generar conocimiento que forma parte de la investigación básica.
2. Resolver problemáticas que es parte de la investigación aplicada.

Citado por (Hernández, 2014)

Es por ello y conociendo nuestro fenómeno a estudiar es que esta investigación es de Tipo Aplicada Con enfoque cuantitativo, porque presentará soluciones a la problemática que se vive dentro de la empresa GHI Consultores Sac investigando como el liderazgo transformacional influye de manera positiva en la gestión empresarial del líder en la organización y esto como repercute en el área de ventas.

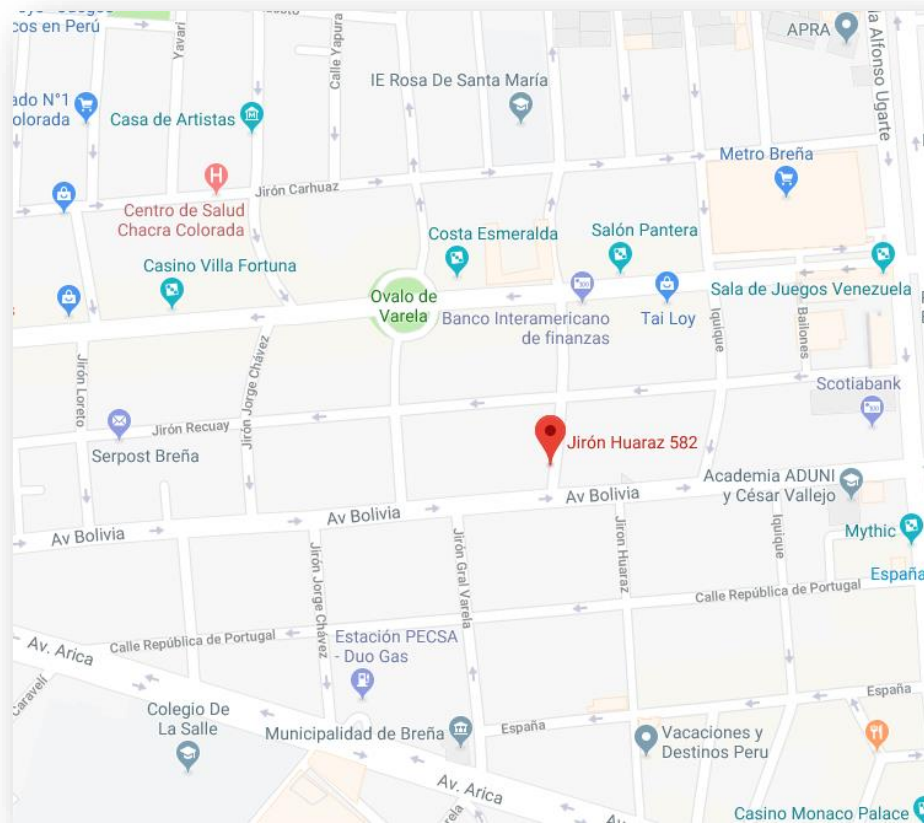
## b) Nivel de investigación

Es también llamado alcance de la investigación el cual comprende cinco alcances o niveles dentro del enfoque cuantitativo y son los siguientes niveles, el primero exploratorio; es cuando el investigador empieza a indagar, investigar hechos ocultos aún no descubiertos es ahí donde descubre y/o explora la realidad del fenómeno que desea estudiar. En el nivel descriptivo recoge información de las variables para detallar de forma singular o plural los hechos, características o propiedades de determinados grupos sea de personas u objetos que sucedan durante toda la investigación. En el siguiente nivel que es el correlacional se estudian dos o más variables para saber si tienen correlación de forma positiva o negativa en dónde estas correlaciones se sostienen por medio de las hipótesis o posibles respuestas. Y por último encontramos el nivel explicativo como bien su nombre lo dice este nivel se encarga de explicar los fenómenos que se estudian entre dos o más variables y del porqué de sus causas y cómo llegar a una explicación de las condiciones. Hernández et al (2014).

En conclusión, esta investigación de tipo aplicada, tiene el nivel correlacional, en el cual podemos explicar brevemente un ejemplo... ¿influye el liderazgo transformacional en la gestión empresarial del área de ventas en la empresa GHI Consultores SAC?

### 3.2 Descripción del Ámbito de Investigación

#### a) Delimitación espacial



**Figura 14. Mapa de ubicación de la empresa GHI Consultores Empresariales SAC. Google**

La investigación se está realizando en la empresa GHI ubicada en Jr. Huaraz 582, of. 301, Breña, Lima, Perú.

#### b) Delimitación social

Dentro de la empresa laboran jóvenes de 18 a 29 años en su mayoría jóvenes universitarios.

#### c) Delimitación temporal

Esta investigación se realizará con antecedes del año 2017 hasta la actualidad.

#### d) Delimitación conceptual

- Liderazgo Transformacional

El liderazgo transformacional se da a entender como el liderazgo que origina una transformación indiscutible y beneficiosa para los colaboradores. Un guía transformacional se focaliza en “Convertir” a las personas cooperando recíprocamente, a considerar a las demás personas, a animarlos, a fin de contemplar la empresa de afuera. En esta disposición, el Líder incrementa el estímulo, la ética y la productividad de su equipo de colaboradores. Castro et al (2015)

- Gestión Empresarial

La gestión empresarial o también llamada gerencia administrativa o ciencia social y técnica encargada de analizar y/o estudiar la estructura de las empresas y la forma como se administran los medios, procedimientos y logros de sus tareas. Incluye la administración, la economía, la contabilidad, el marketing, la administración estratégica, etc. En conclusión, la gestión empresarial es utilizar los 4 pilares fundamentales de la administración ya conocidos con el solo fin de lograr los objetivos establecidos en una entidad pública o privada. (Córdoba, 2011)

### **3.3 Población y Muestra**

#### a) Población

La población en la cual se basa nuestra investigación es de 40 colaboradores de la empresa GHI Consultores Empresariales SAC del distrito de breña en la ciudad de Lima, en el periodo 2017-2018.



#### b) Muestra

La muestra para realizar el cuestionario, fue de 20 colaboradores los cuales colaboraron gustos dentro de esta prueba, también colaboradores del área comercial de la empresa GHI Consultores Empresariales SAC del distrito de breña en la ciudad de Lima, en el periodo 2017-2018.

### **3.4 Técnicas e Instrumentos para la Recolección de datos**

#### **a) Técnicas**

Permite el recojo de la información de manera veraz.

1. Observación
2. Entrevista
3. Análisis de documentos

#### b) Instrumentos

Los resultados llegarán gracias a través de estos recursos luego se ejecutará el conteo y validación por medio de programas estadísticos.

1. Guía de observación
2. Cuestionario
3. Guía de análisis de documentos

### **3.5 Validez y Confiabilidad de Instrumentos**

## **La Confiabilidad**

“[...] Menciona que al emplearlo en la misma persona o personas se obtienen los mismos resultados. [...] Ya que el mismo instrumento genera resultados sólidos y congruentes.

La confiabilidad la conseguimos gracias al procedimiento de consistencia que luego observaremos más adelante. (Hernández et al., 2006, p.277).

Veamos ahora la validez del instrumento, Hernández et al (2006) menciona a los siguientes autores señalando lo siguiente:

La validez es la definición que tiene varias categorías de validez (Bostwick y kyte; Creswell 2005; Wiersma y Jurs, 2005; y Gronlund, 1990): 1) Validez de contenido, 2) Validez de criterio, 3) Validez de constructo. [...] (p.278) Citado por (Umpire, 2016)

### **1) Validez de contenido**

Según Hernández et al (2006):

El estudio del contenido está comprendido por las dimensiones y el concepto en su totalidad de una variable. [...] (p. 279)

La interrogante a la que se debe contestar: ¿El instrumento cuantifica de manera correcta las dimensiones de la variable que se estudia? [...] (p.280).

### **2) Validez de criterio**

“[...] Bostwich y kyte (2005) afirman lo siguiente: “si existe validez de criterio, las validaciones presentadas, de cada uno de los sujetos en el instrumento deben estar relacionadas además de pronosticar las validaciones de los mismos sujetos obtenidos de otro criterio. (Hernández et al., 2016,281)

Para Hernández et al. (2006):

La interrogante que se argumenta en la validez de criterio es: ¿Cuál es el nivel en que el instrumento contrasta con otros criterios que cuantifiquen y den igual? O

¿Si las validaciones del instrumento son cercanas a otros logros que **contengan la misma noción? (p.281) Citado por (Umpire, 2016)**

### **3) Validez de Constructo**

Hernández et al (2006), indica lo siguiente:

[...] Nos indica que tan positivo llega a ser el instrumento al calcular y demostrar una definición (Botswick y kyte, 2005. [...] que se está cuantificando y como se ejecuta. [...] El procedimiento de validación de un constructo está relacionado con las creencias realizadas por autores, en definitiva, que lo que se debe hacer es la inferencia entre la realidad de la problemática y las teorías propuestas mientras más información apoye a los supuestos, mayor será la validez que brindará el instrumento cuantificador. (p.282) Citado por (Umpire, 2016)

#### **La Objetividad**

Tocando el punto de objetividad dentro lo que se refiere al instrumento de cuantificación o medición, Hernández et al. 2006 cita al autor Mertens (2005) e indicando que:

[...]Expone que el nivel es influenciado por las alteraciones e inclinaciones que tuviera el tesista [...] que lo gestiona, lo juzgará y explicará (Mertens, 2005). [...].

La objetividad solo se logra si existe homogeneidad en la hora de tomar el instrumento, con iguales indicaciones y advertencias para los colaboradores como también en la valoración de los resultados y por último

destinar a personas capacitadas y experimentadas para la toma del instrumento. [...] (pp. 287-288).

Citado por Umpire (2016)

### **✚ Cálculo de Confiabilidad: método de consistencia interna - Alfa de Cronbach**

En primer lugar, lo que se debe hacer es la validación y/o verificación del instrumento de nuestro estudio; en otras palabras, el cuestionario que se desarrolló, Hernández et al (2006) nos dice lo siguiente; hay diversos procesos para medir la confiabilidad y uno de ellos es el Alfa de Cronbach como se señala en lo siguiente:

“Medidas de consistencia interna”: Presenta los rangos de confiabilidad a) El alfa de Cronbach (desarrollado por J.L. Cronbach) [...]” (Hernández et al., 2006, pp. 289-290).

Para Hernández et al. (2006) esta son las dimensiones de coherencia interna y se estima según la calificación que muestra:

[...] los rangos varían entre 0 y 1, donde un coeficiente de 0 significa nula confiabilidad y 1 significa un máximo de confiabilidad (confiabilidad total). [...] el tesista mide su valor, obtiene y hace el recuento de los colaboradores que participaron en la investigación [...] si el resultado es 0.50, la confiabilidad es media regular. Mientras que si es mayor a 0.75 es aceptable [...]” (p.439) Citado por (Umpire, 2016).

En este caso se utilizó el Método de Consistencia Alfa de Cronbach porque nos indica cual es la medida de confiabilidad para nuestro instrumento dentro de la escala de tipo Likert para las variables Liderazgo Transformacional y Gestión Empresarial tomando la muestra de 20 colaboradores dentro de la empresa y determinar la correlación entre las variables planteadas. El Alfa de Cronbach nos indica que cuanto más cerca esté a 1 el valor obtenido, mayor es la consistencia interna que se

obtendrán de los ítems propuestos, dando así una alta confiabilidad de nuestro instrumento para la empresa GHI Consultores Empresariales SAC.

## 1. Confiabilidad

### a. Método de Consistencia interna: Alfa de Cronbach

Para el cuestionario “**LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL Y GESTIÓN EMPRESARIAL**”, se procedió a ejecutar el método de consistencia interna por medio del coeficiente de Alfa de Cronbach en los 16 ítems que componen el instrumento, obteniéndose un valor de (0,979) lo cual indican que se presenta una alta confiabilidad. Estos resultados se presentan de forma detallada en la Tabla 3.

**Cuadro 3. Estadística de fiabilidad. Alfa de Cronbach**

Alfa de Cronbach	N de elementos
.979	16

*Fuente: Elaboración Propia.*

Cuadro 4. **Estadísticas del total del elemento**

Preguntas	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1.- ¿El líder de tu empresa respeta y estimula tu desarrollo personal?	51.10	339.884	.684	.980
2.- ¿El líder de tu empresa te brinda asesoramiento en alguna tarea complicada?	50.90	322.832	.884	.977
3.- ¿El líder promueve tu creatividad a través de nuevas perspectivas ante la solución de los problemas?	51.10	339.884	.684	.980
4.- ¿Trabajan juntos tu inteligencia y racionalidad para las	50.90	322.832	.884	.977

dificultades del día a día?				
5.- ¿Te comunicaron acerca de las metas propuestas del trabajo que realizas?	51.10	339.884	.684	.980
6.- ¿Desafía tus destrezas para aumentar tu talento?	50.90	322.832	.884	.977
7.- ¿Te invita a imitarlo y superarlo?	50.80	331.326	.724	.979
8.- ¿Mide tu rendimiento a través de actividades o tareas relacionadas a tu trabajo?	50.80	331.326	.724	.979
9.- ¿El líder te explico la meta general y las metas específicas para llegar al objetivo de ventas?	50.75	317.145	.976	.976

10.- ¿En las reuniones de trabajo deja claro el plan estratégico de la empresa enfocado en las ventas?	50.75	317.145	.976	.976
11.- ¿Tienes claras tus funciones dentro de la empresa?	50.75	317.145	.976	.976
12.- ¿Participas en la toma de decisiones con respecto a las ventas?	50.75	317.145	.976	.976
13.- ¿El líder logra despertar en ti, el espíritu de trabajo en equipo?	50.75	317.145	.976	.976
14.- ¿Mantienes comunicación abierta con tu líder, cuando existen problemas en el trabajo?	51.15	325.713	.780	.979



15.- ¿Monitorean tu trabajo para medir tus aportes y resultados?	50.75	317.145	.976	.976
16.- Al término del periodo.... ¿Se reúnen todos para discutir lo que se logró y lo que se debe corregir?	51.25	316.408	.838	.978

*Fuente: Elaboración Propia.*

En el *Cuadro 4*, menciona que, para el caso de la estadística total del elemento, evaluando si se elimina alguna pregunta, se llega a la conclusión que los resultados son favorables, dejando las mismas preguntas planteadas. Por lo tanto, haciendo un valor promedio de lo obtenido en el Alfa de Cronbach por cada pregunta, se obtiene **0.980** que sobre pasa el límite máximo de 0.7 a 0.9 que indica una **excelente** consistencia interna para esta escala.

## 2. Prueba de Normalidad

Prueba de normalidad del cuestionario: **“LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL Y GESTIÓN EMPRESARIAL”**

En el caso de la Prueba de Normalidad, estas son utilizadas para aceptar o rechazar las hipótesis planteadas.

Cuadro 5. *Prueba de Normalidad*

Preguntas	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
1.- ¿El líder de tu empresa respeta y estimula tu desarrollo personal?	.265	20	.001	.868	20	.011
2.- ¿El líder de tu empresa te brinda asesoramiento en alguna tarea complicada?	.217	20	.015	.877	20	.016
3.- ¿El líder promueve tu creatividad a través de nuevas perspectivas ante la solución de	.265	20	.001	.868	20	.011

los problemas?						
4.- ¿Trabajan juntos tu inteligencia y racionalidad para las dificultades del día a día?	.217	20	.015	.877	20	.016
5.- ¿Te comunicaron acerca de las metas propuestas del trabajo que realizas?	.265	20	.001	.868	20	.011
6.- ¿Desafía tus destrezas para aumentar tu talento?	.217	20	.015	.877	20	.016
7.- ¿Te invita a imitarlo y superarlo?	.194	20	.048	.883	20	.020

8.- ¿Mide tu rendimiento a través de actividades o tareas relacionadas a tu trabajo?	.194	20	.048	.883	20	.020
9.- ¿El líder te explico la meta general y las metas específicas para llegar al objetivo de ventas?	.244	20	.003	.848	20	.005
10.- ¿En las reuniones de trabajo deja claro el plan estratégico de la empresa enfocado en las ventas?	.244	20	.003	.848	20	.005
11.- ¿Tienes claras tus funciones	.244	20	.003	.848	20	.005

dentro de la empresa?						
12.- ¿Participas en la toma de decisiones con respecto a las ventas?	.244	20	.003	.848	20	.005
13.- ¿El líder logra despertar en ti, el espíritu de trabajo en equipo?	.244	20	.003	.848	20	.005
14.- ¿Mantienes comunicación abierta con tu líder, cuando existen problemas en el trabajo?	.184	20	.073	.885	20	.021
15.- ¿Monitorean tu trabajo para medir tus	.244	20	.003	.848	20	.005

aportes y resultados??						
16.- Al término del periodo.... ¿Se reúnen todos para discutir lo que se logró y lo que se debe corregir?	.190	20	.056	.831	20	.003

*Fuente: Elaboración Propia*

El Cuadro 5, por su lado, presenta los resultados de la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnova en donde se observa que todas las puntuaciones de cada una de las sub-escalas de las variables, así como el puntaje total, se aproximan a una distribución no normal ( $p < 0.05$ ); por lo tanto, se deberá emplear estadísticas **no paramétricas** para su análisis.

### 3. Coeficiente Correlación de Tau b de Kendall:

Se empleó El Coeficiente de Tau B de Kendall, porque posee una distribución no normal además es una medida de correlación para variables en un nivel de medición ordinal, los individuos o unidades de la muestra pueden ordenarse por rangos. (Hernández, 2014)

La tabla 4, se presenta el análisis de la correlación entre las variables **LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL Y GESTIÓN EMPRESARIAL** con sus respectivas sub-escalas, se encontró que la relación entre ambas variables altamente significativo ( $p < 0.01$ ) y, por tanto, existe una correlación.

Cuadro 6. Correlación entre variables

Preguntas		9.- ¿El líder te explico la meta general y las metas específicas para llegar al objetivo de ventas?	10.- ¿En las reuniones de trabajo deja claro el plan estratégico de la empresa enfocado en las ventas?	11.- ¿Tienes claras tus funciones dentro de la empresa?	12.- ¿Participas en la toma de decisiones con respecto a las ventas?	13.- ¿El líder logra despertar en ti, el espíritu de trabajo en equipo?	14.- ¿Mantienes comunicación abierta con tu líder, cuando existen problemas en el trabajo?	15.- ¿Monitorean tu trabajo para medir tus aportes y resultados??	16.- Al término del periodo... ¿Se reúnen todos para discutir lo que se logró y lo que se debe corregir?	GESTIÓN EMPRESARIAL
1.- ¿El líder de tu empresa respeta y estimula tu desarrollo personal?	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	.599	.599	.599	.599	.599	.450	.599	.485	.573
2.- ¿El líder de tu empresa te brinda asesoramiento en alguna tarea complicada?	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	.762	.762	.762	.762	.762	.511	.762	.630	.681
3.- ¿El líder promueve tu creatividad a través de nuevas perspectivas ante la solución de los	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	.599	.599	.599	.599	.599	.450	.599	.485	.573
4.- ¿Trabajan juntos tu inteligencia y racionalidad para las dificultades del día a día?	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	.762	.762	.762	.762	.762	.511	.762	.630	.681
5.- ¿Te comunicaron acerca de las metas propuestas del trabajo que realizas?	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	.599	.599	.599	.599	.599	.450	.599	.485	.573
6.- ¿Desafía tus destrezas para aumentar tu talento?	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	.762	.762	.762	.762	.762	.511	.762	.630	.681
7.- ¿Te invita a imitarlo y superarlo?	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	.662	.662	.662	.662	.662	.569	.662	.584	.604
8.- ¿Mide tu rendimiento a través de actividades o tareas relacionadas a tu trabajo?	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	.662	.662	.662	.662	.662	.569	.662	.584	.604
LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	.773	.773	.773	.773	.773	.584	.773	.660	.751
		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000
		20	20	20	20	20	20	20	20	20

Fuente: Elaboración Propia



#### 4. Diagrama de Dispersión

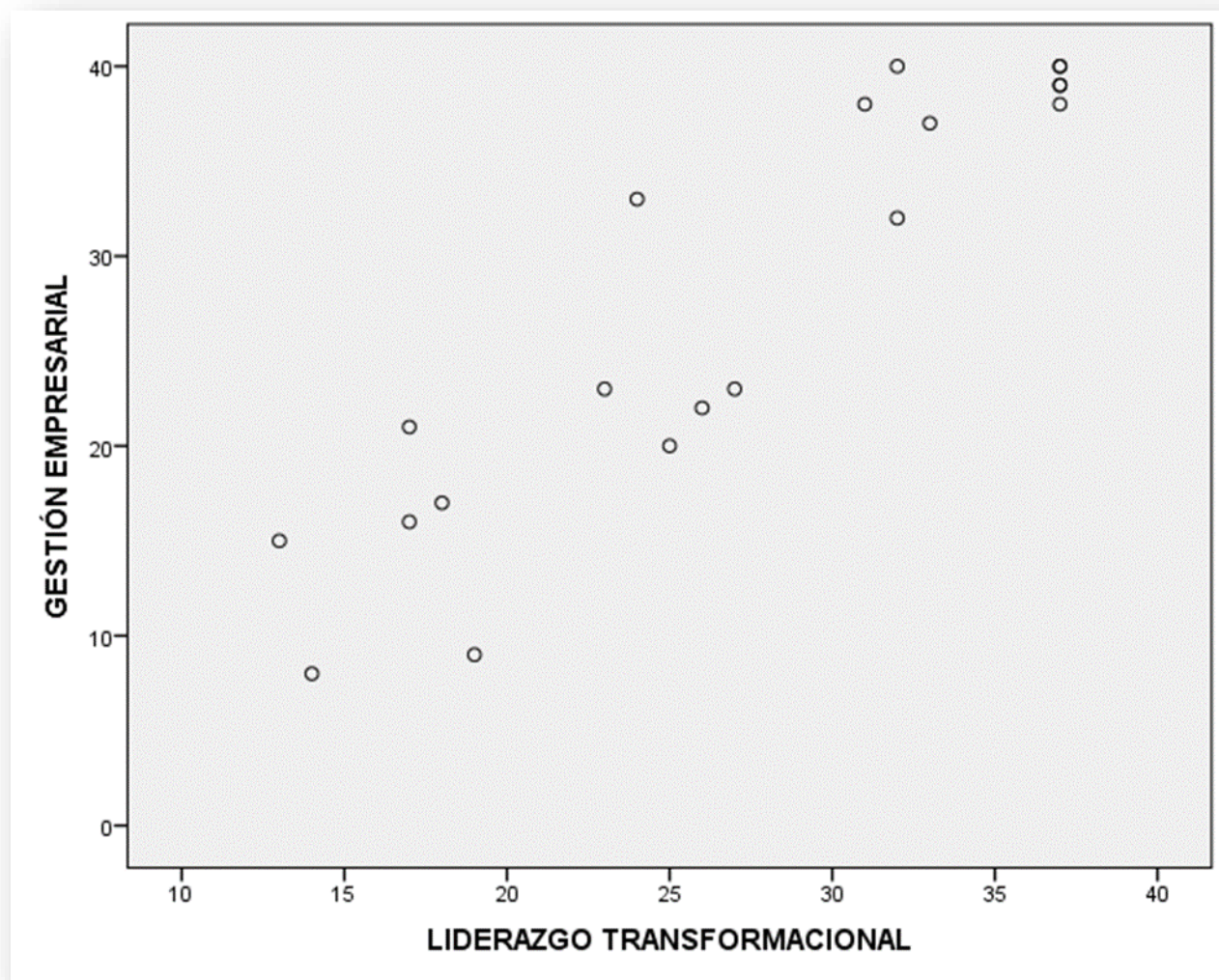


Figura 15. Diagrama de Dispersión entre las variables Liderazgo transformacional y Gestión Empresarial. Elaboración Propia

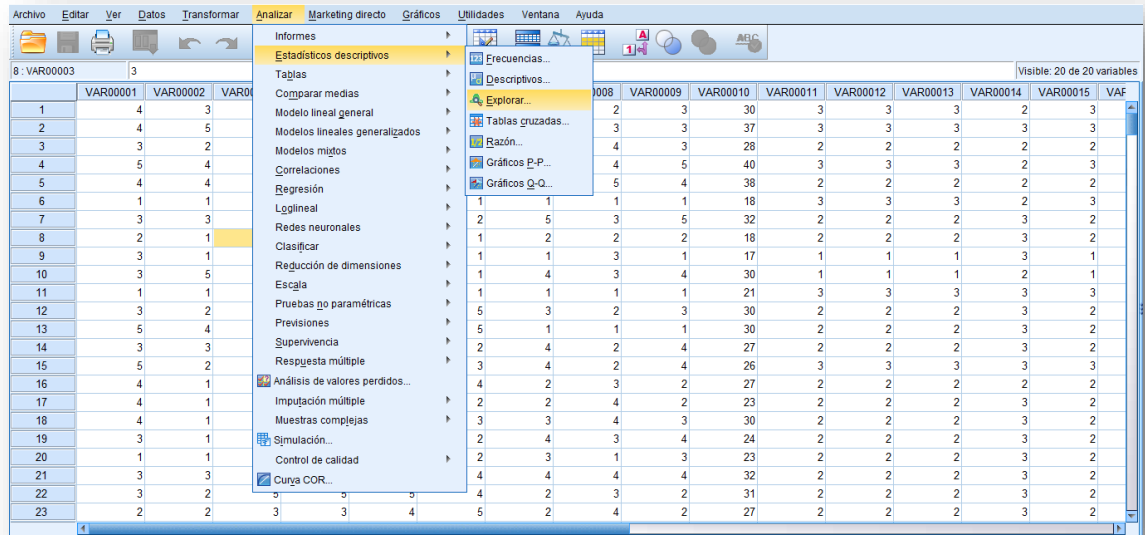
Como se observa en el gráfico ambas variables presentan una relación lineal positiva; es decir, a medida que aumenta el valor de la variable gestión empresarial aumenta también el valor de la variable liderazgo transformacional.

### Obtención de los datos:

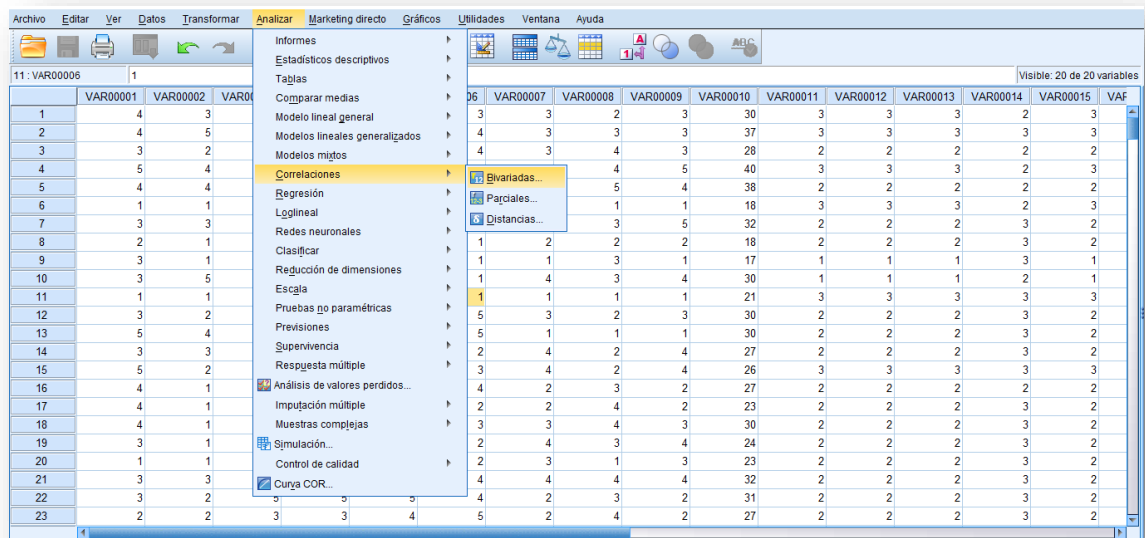
The screenshot shows the SPSS 'Análisis' menu with 'Escala' selected, leading to 'Análisis de fiabilidad...'. The main window displays a list of variables and a data grid. The data grid shows the following values:

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	VAR00013	VAR00014	VAR00015	VAF
1	4	3														
2	4	5														
3	3	2														
4	5	4														
5	4	4														
6	1	1														
7	3	3														
8	2	1														
9	3	1														
10	3	5														
11	1	1														
12	3	2														
13	5	4														
14	3	3														
15	5	2														
16	4	1														
17	4	1														
18	4	1														
19	3	1														
20	1	1														
21	3	3														
22	3	2														
23	2	2														

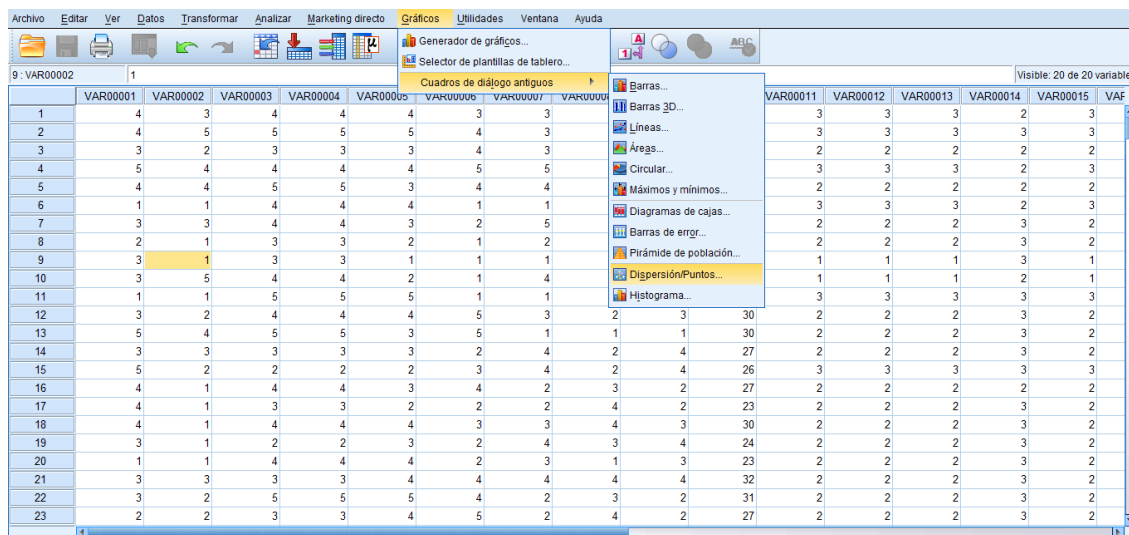
**Figura 16. Proceso de elaboración coeficiente de Alfa de Cronbach. Elaboración propia desde SPSS.**



**Figura 17. Proceso de elaboración de Prueba de normalidad. Elaboración propia desde SPSS**



**Figura 18. Proceso de elaboración de Prueba de B de Kendall. Elaboración propia desde SPSS.**



**Figura 19. Proceso de elaboración del diagrama de dispersión. Elaboración propia desde SPSS.**

## 5. Conclusión General Estadístico:

Ante todo, una vez elaborado la correlación entre las variables independiente y dependiente, se llegó a la conclusión que efectivamente guarda relación, aceptando la hipótesis de investigación.

En otras palabras, teniendo en cuenta el problema de investigación ya planteado, se argumenta el problema principal y problemas secundarios, **¿De qué manera el liderazgo transformacional influye con la gestión empresarial en la empresa GHI consultores SAC en la ciudad de lima en el periodo 2017?**

Al aplicar las preguntas de la investigación según el autor **Hernández (2014)** afirma “las preguntas que orientan hacia las respuestas que se buscan con la investigación. No deben utilizar términos ambiguos ni abstractos” (p.38). Estas preguntas al ser planteadas al tener un sentido claro, entendible y que guarden relación con el problema.

Asimismo, se argumentó un objetivo general y objetivos específicos que es **Determinar si el Liderazgo Transformacional se relaciona con la Gestión Empresarial en la Empresa GHI SAC en la ciudad de Lima en el periodo 2017.**

Para **Hernández (2014)** afirma que “los objetivos establecen qué se pretende con la investigación; las preguntas dicen qué respuestas deben encontrarse mediante la investigación; la justificación indica por qué y para qué debe hacerse la investigación” (p.52). Este objetivo planteado guarda relación con el tema de investigación teniendo la posibilidad de realizarla.

También, como argumento toda la base teórica y los antecedentes que se investigó, se llegó a plantear la hipótesis general y las hipótesis específicas: **Si introducimos de modo competente el liderazgo transformacional, esto influirá directamente de forma beneficiosa a la gestión empresarial en la Empresa GHI Consultores Empresariales Consultores SAC en la ciudad de Lima en el periodo 2017.** No obstante **Hernández (2014)** afirma “las hipótesis son explicaciones tentativas de la relación entre dos o más variables. Sus funciones son: Guiar el estudio, proporcionar explicaciones y apoyar la prueba de teorías” (p.4). Las hipótesis guardan relación con las variables que se plantearon desde un inicio, apoyando a todas las teorías planteadas.

Igualmente, para llegar a tener un resultado confiable se procedió a ejecutar el método de consistencia interna por medio del coeficiente de Alfa de Cronbach en los 16 ítems que componen el instrumento, obteniéndose un valor de (0,979) lo cual indican que se presenta una alta confiabilidad. En efecto **Hernández**

**(2014)** afirma “las medidas de coherencia o consistencia interna son coeficientes que estiman la confiabilidad (...). El método de cálculo de éstos requiere una sola administración del instrumento de medición.” (p.295). Al estudiar la teoría, se planteó las preguntas del instrumento de investigación obteniendo buenos resultados al final del estudio.

A continuación, se explica los resultados de la figura del Coeficiente de Correlación de Tau b de Kendall:

DIMENSIÓN INDEPENDIENTE	DIMENSIÓN DEPENDIENTE	VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE	Rho	SIG	INTERPRETACIÓN DEL COEFICIENTE GENERAL
		LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL	GESTIÓN EMPRESARIAL	0,751	0,000	Correlación positiva media
		ITEMS		Rho	SIG	INTERPRETACION DE LOS COEFICIENTES ESPECIFICOS
Consideración Individualizada	Planeación	1.- ¿El líder de tu empresa respeta y estimula tu desarrollo personal?	9.- ¿El líder te explico la meta general y las metas específicas para llegar al objetivo de ventas?	0,599	0,002	Correlación positiva media
		2.- ¿El líder de tu empresa te brinda asesoramiento en alguna tarea complicada?	10.- ¿En las reuniones de trabajo deja claro el plan estratégico de la empresa enfocado en las ventas?	0,762	0,000	Correlación positiva media
Estimulación intelectual	Organización	3.- ¿El líder promueve tu creatividad a través de nuevas perspectivas ante la solución de los problemas?	11.- ¿Tienes claras tus funciones dentro de la empresa?	0,599	0,002	Correlación positiva media
		4.- ¿Trabajan juntos tu inteligencia y racionalidad para las dificultades del día a día?	12.- ¿Participas en la toma de decisiones con respecto a las ventas?	0,762	0,000	Correlación positiva media
Motivación Inspiracional	Dirección	5.- ¿Te comunicaron acerca de las metas propuestas del trabajo que realizas?	13.- ¿El líder logra despertar en ti, el espíritu de trabajo en equipo?	0,599	0,002	Correlación positiva media
		6.- ¿Desafía tus destrezas para aumentar tu talento?	14.- ¿Mantienes comunicación abierta con tu líder, cuando existen problemas en el trabajo?	0,511	0,006	Correlación positiva media
Influencia Idealizada	Control	7.- ¿Te invita a imitarlo y superarlo?	15.- ¿Monitorean tu trabajo para medir tus aportes y resultados??	0,662	0,000	Correlación positiva media
		8.- ¿Mide tu rendimiento a través de actividades o tareas relacionadas a tu trabajo?	16.- Al término del periodo... ¿Se reúnen todos para discutir lo que se logró y lo que se debe corregir?	0,584	0,002	Correlación positiva media

**Figura 20. Sueldo J. Resumen de las correcciones de Tau-b de Kendall, Lima. Elaboración propia**

DIMENSIONES		RELACION ENTRE LAS VARIABLES		HIPOTESIS DE INVESTIGACIÓN	PRUEBA DE HIPOTESIS
VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE	LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL	GESTIÓN EMPRESARIAL	Si introducimos de modo competente el liderazgo transformacional, esto influirá directamente de forma beneficiosa a la gestión empresarial en la Empresa GHI Consultores Empresariales Consultores SAC en la ciudad de Lima en el periodo 2017	Existe correlación significativa, ya que la significación es 0,000. La correlación de Tau B de Kendall ( $r=0,751$ ) señala que se trata de una relación positiva media. Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.
Consideración Individualizada	Planeación	1.- ¿El líder de tu empresa respeta y estimula tu desarrollo personal?	9.- ¿El líder te explico la meta general y las metas específicas para llegar al objetivo de ventas?	Si el líder practica de manera correcta la consideración individualizada, esta influirá positivamente en la planificación de la empresa GHI Consultores Empresariales SAC en la ciudad de lima en el periodo 2017	Existe correlación significativa, ya que la significación es 0,002. La correlación de Tau B de Kendall ( $r=0,599$ ) señala que se trata de una relación positiva media. Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.
		2.- ¿El líder de tu empresa te brinda asesoramiento en alguna tarea complicada?	10.- ¿En las reuniones de trabajo deja claro el plan estratégico de la empresa enfocado en las ventas?		Existe correlación significativa, ya que la significación es 0,000. La correlación de Tau B de Kendall ( $r=0,762$ ) señala que se trata de una relación positiva media. Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.
Estimulación intelectual	Organización	3.- ¿El líder promueve tu creatividad a través de nuevas perspectivas ante la solución de los problemas?	11.- ¿Tienes claras tus funciones dentro de la empresa?	Si el Líder motiva a una mayor estimulación intelectual, la organización y las funciones de la empresa serán mucho más prácticas para ejecutar en la empresa GHI Consultores Empresariales SAC en la ciudad de lima en el periodo 2017	Existe correlación significativa, ya que la significación es 0,002. La correlación de Tau B de Kendall ( $r=0,599$ ) señala que se trata de una relación positiva media. Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.
		4.- ¿Trabajan juntos tu inteligencia y racionalidad para las dificultades del día a día?	12.- ¿Participas en la toma de decisiones con respecto a las ventas?		Existe correlación significativa, ya que la significación es 0,000. La correlación de Tau B de Kendall ( $r=0,762$ ) señala que se trata de una relación positiva media. Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.
Motivación Inspiracional	Dirección	5.- ¿Te comunicaron acerca de las metas propuestas del trabajo que realizas?	13.- ¿El líder logra despertar en ti, el espíritu de trabajo en equipo?	Si existiera un alto sentido de motivación inspiracional por parte del líder, la dirección tendría mejor coordinación, estimulación y optimismo en la empresa GHI Consultores Empresariales SAC en la ciudad de lima en el periodo 2017	Existe correlación significativa, ya que la significación es 0,002. La correlación de Tau B de Kendall ( $r=0,599$ ) señala que se trata de una relación positiva media. Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.
		6.- ¿Desafía tus destrezas para aumentar tu talento?	14.- ¿Mantienes comunicación abierta con tu líder, cuando existen problemas en el trabajo?		Existe correlación significativa, ya que la significación es 0,006. La correlación de Tau B de Kendall ( $r=0,511$ ) señala que se trata de una relación positiva media. Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.
Influencia Idealizada	Control	7.- ¿Te invita a imitarlo y superarlo?	15.- ¿Monitorean tu trabajo para medir tus aportes y resultados??	Si se transmitiría emotivamente la influencia idealizada a todos los colaboradores a través del líder, el control sería mucho más cómodo en la empresa GHI Consultores Empresariales SAC en la ciudad de lima en el periodo 2017	Existe correlación significativa, ya que la significación es 0,000. La correlación de Tau B de Kendall ( $r=0,662$ ) señala que se trata de una relación positiva media. Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.
		8.- ¿Mide tu rendimiento a través de actividades o tareas relacionadas a tu trabajo?	16.- Al término del periodo... ¿Se reúnen todos para discutir lo que se logró y lo que se debe corregir?		Existe correlación significativa, ya que la significación es 0,002. La correlación de Tau B de Kendall ( $r=0,584$ ) señala que se trata de una relación positiva media. Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

**Figura 21. Sueldo J. (2016) citado por Segura C. (2017) Conceptualización final de las conclusiones, Lima. Elaboración propia**



### 3.6 Plan de Recolección y Procesamiento de Datos

**Cuadro 6. Plan de Recolección y procesamiento de datos de GHI Consultores Empresariales SAC**

<b>Nombre de la organización:</b>  <b>GHI Consultores Empresariales SAC</b>
<b>Lugar de la encuesta:</b>  <b>Dirección: Jr. Huaraz N° 582</b>  <b>Distrito: Breña</b>  <b>Provincia: Lima</b>  <b>Departamento: Lima</b>
<b>Fecha de encuesta:</b>  <b>03 de Setiembre del 2018</b>
<b>Hora de encuesta:</b>  <b>Inicio de encuesta: 1:00</b>

<b>Fin de encuesta: 2:30</b>
<b>Toma de instrumento a cargo de:</b>  <b>Milagros Gómez Ticona</b>
<b>Vestimenta:</b>  <b>Formal</b>
<b>Identificación:</b>  <b>Carnet universitario</b>
<b>Cantidad de personas a encuestar:</b>  <b>Trabajadores: 20</b>

*Fuente: Elaboración Propia.*

## **CAPITULO IV**

### **RESULTADOS**

#### **VARIABLE INDEPENDIENTE**

#### **LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL**

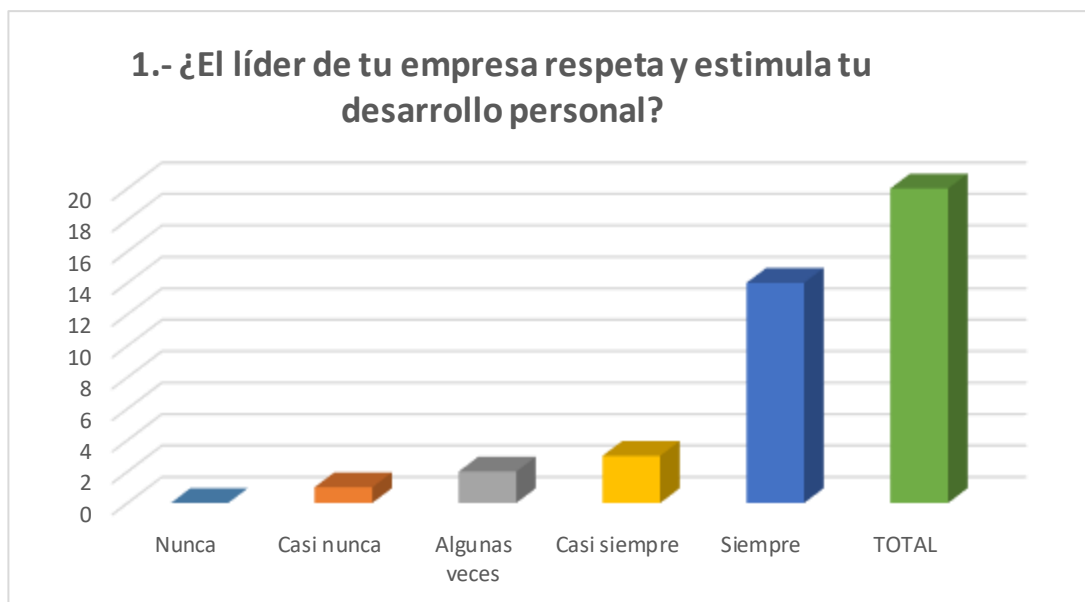
**1.- ¿El líder de tu empresa respeta y estimula tu desarrollo personal?**

**Cuadro 7. Frecuencia de la pregunta 1- Variable Liderazgo Transformacional**

ITEMS	FRECUENCIA
Nunca	0
Casi nunca	1
Algunas veces	2
Casi siempre	3
Siempre	14
<i>TOTAL</i>	20

*Fuente: Elaboración Propia*

**Grafico 1. Resultado en barras de la pregunta 1 - Variable Liderazgo Transformacional**



*Fuente: Elaboración Propia*

## INTERPRETACIÓN

En el primer gráfico de barras, de la primera pregunta de la variable liderazgo transformacional, los colaboradores respondieron a la pregunta con un 70% Siempre, que está en un rango alto de porcentaje de aprobación es decir que el líder si se preocupa por el desarrollo y/o crecimiento de los colaboradores de la empresa GHI Consultores Empresariales SAC.

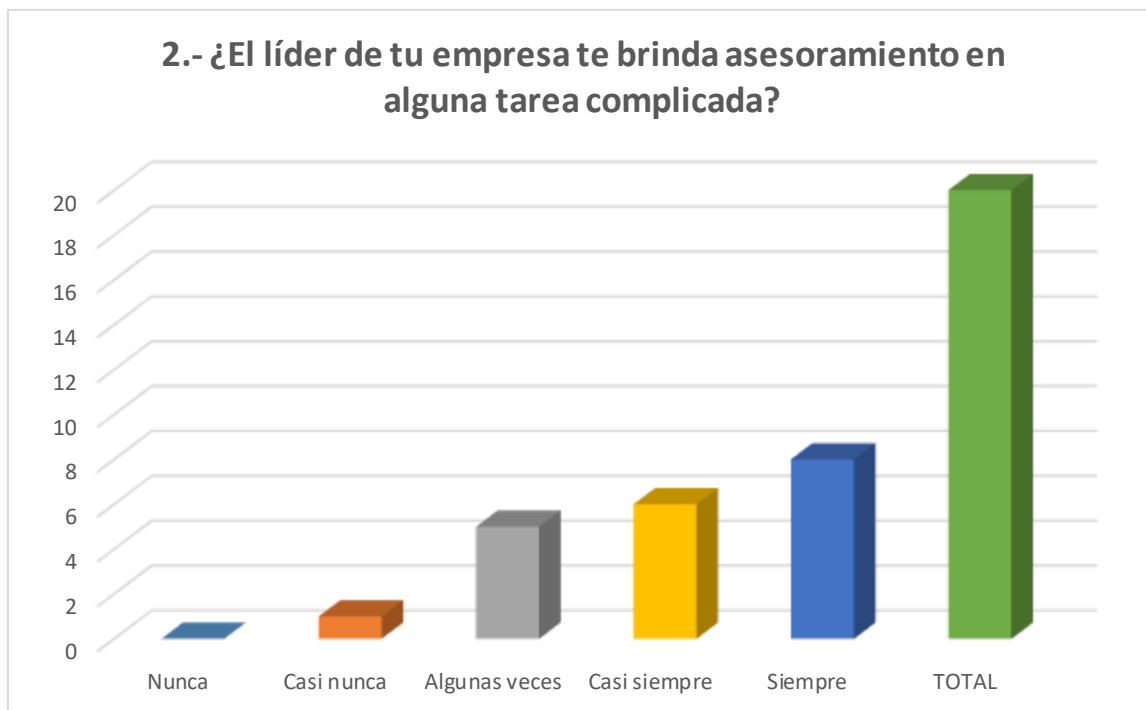
**2.- ¿El líder de tu empresa te brinda asesoramiento en alguna tarea complicada?**

**Cuadro 8. Frecuencia de la pregunta 2- Variable Liderazgo Transformacional**

ITEMS	FRECUENCIA
Nunca	0
Casi nunca	1
Algunas veces	5
Casi siempre	6
Siempre	8
<i>TOTAL</i>	20

*Fuente: Elaboración Propia*

**Grafico 2. Resultados en barras de la Pregunta 2- Variable Liderazgo Transformacional**



*Fuente: Elaboración Propia*

## INTERPRETACIÓN

Podemos observar en el segundo gráfico, de la segunda pregunta de la variable liderazgo transformacional, que un 40% de los colaboradores respondió Siempre, teniendo un rango medio- bajo de porcentaje, otro grupo respondió con un 30% Casi siempre con un rango bajo de porcentaje, otro pequeño grupo responde Algunas veces con un 25% con un rango muy bajo y el resto de colaboradores responde Casi nunca y Nunca, esto nos lleva a analizar qué el líder no brinda el asesoramiento adecuado hacia los colaboradores para afrontar las necesidades del día a día de los clientes. Ya que solo un 40% respondió Siempre, pero para ser aprobatoria esta respuesta debe estar por

encima del 50%. Entonces aquí se debe reforzar la consideración individualizada que es una de las dimensiones de la variable liderazgo transformacional.

**3.- ¿El líder promueve tu creatividad a través de nuevas perspectivas ante la solución de los problemas?**

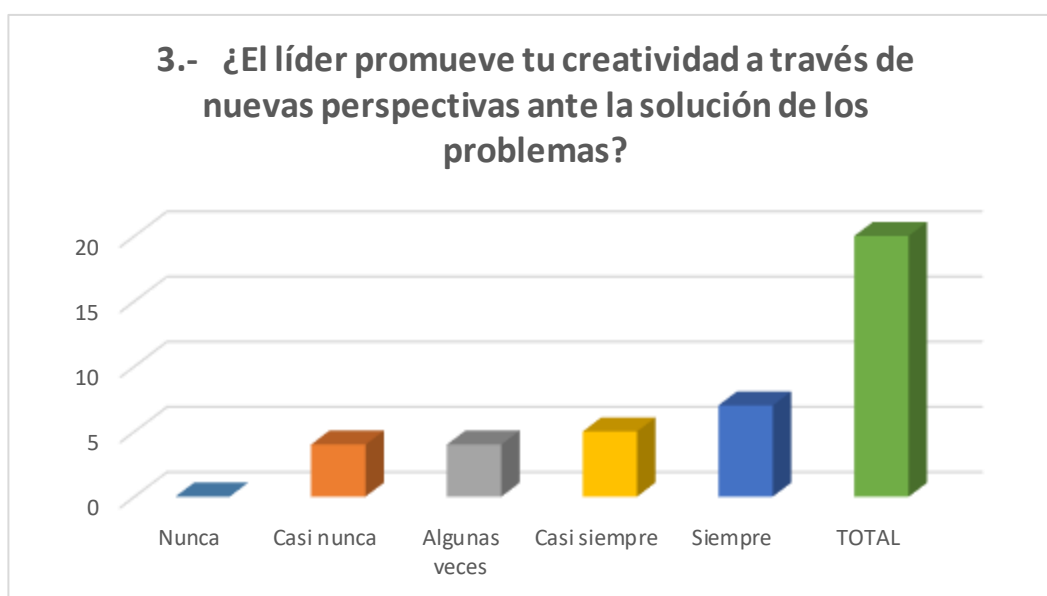
**Cuadro 9. Frecuencia de la pregunta 3- Variable Liderazgo Transformacional**

ITEMS	FRECUENCIA
Nunca	0
Casi nunca	4
Algunas veces	4
Casi siempre	5
Siempre	7
<i>TOTAL</i>	20

*Fuente: Elaboración Propia*



**Grafico 3, Resultados en barras de la Pregunta 3 - Variable liderazgo transformacional**



*Fuente: Elaboración Propia*

## **INTERPRETACIÓN**

En el tercer gráfico de barras podemos ver, que el valor máximo es 35% que responde Siempre, está dentro del rango bajo de porcentaje en segundo lugar se encuentra un 25% con Casi siempre que estaría dentro del rango muy bajo y con 20% con Algunas veces y Casi nunca con el mismo porcentaje, el más bajo de todos.

Concluimos entonces que el líder no estimula la creatividad, nuevos retos y/o soluciones con su equipo de trabajo, como sabemos esto está dentro de las habilidades blandas que debe tener todo líder para llevar a la cima a su organización.

Hacer ejercicios y dinámicas en grupos ayudaría mucho a todos a ser uno solo y con un solo objetivo.

**4.- ¿Trabajan juntos tu inteligencia y racionalidad para las dificultades del día a día?**

***Cuadro 10. Frecuencia de la pregunta 4- Variable Liderazgo Transformacional***

ITEMS	FRECUENCIA
Nunca	0
Casi nunca	2
Algunas veces	4
Casi siempre	5
Siempre	9
<i>TOTAL</i>	20

*Fuente: Elaboración Propia*

**Grafico 4. Resultados en barras de la Pregunta 4 - Variable liderazgo transformacional**



*Fuente: Elaboración Propia*

## INTERPRETACIÓN

En el gráfico n° 4 de la cuarta pregunta, vemos que sólo un 45% de colaboradores responde siempre a esta pregunta, otro 25% nos dice Casi Siempre y en tercer lugar de los porcentajes más relevantes está un 20% que responde Algunas veces. Como ya visualizamos en los gráficos el 45% respondió siempre y aun así estoy por debajo de la media, lo que quiere decir que este es otro punto de refuerzo para la alimentación la racionalidad e inteligencia a través de charlas constructivas realizadas por coaches profesionales en el tema.

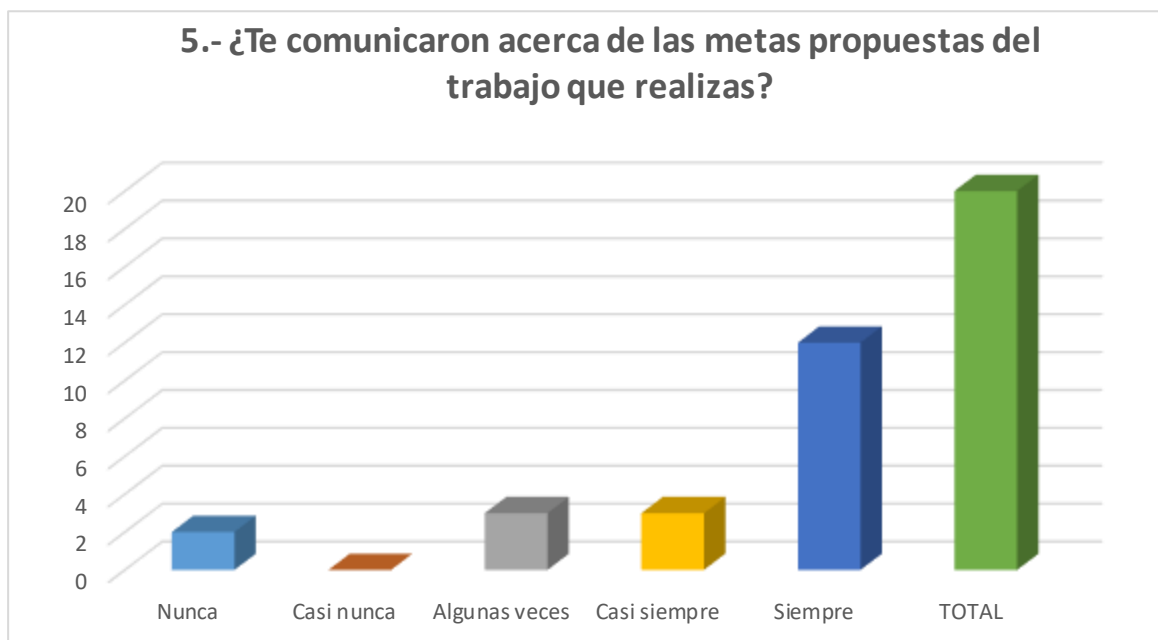
5.- ¿Te comunicaron acerca de las metas propuestas del trabajo que realizas?

**Cuadro 11. Frecuencia de la pregunta 5- Variable Liderazgo Transformacional**

ITEMS	FRECUENCIA
Nunca	2
Casi nunca	0
Algunas veces	3
Casi siempre	3
Siempre	12
<i>TOTAL</i>	20

*Fuente: Elaboración Propia*

**Grafico 5. .Resultados en barras de la Pregunta 5 - Variable liderazgo transformacional**



*Fuente: Elaboración Propia*

## INTERPRETACIÓN

En la quinta pregunta referida a las metas de la organización los resultados arrojan que un 60% de colaboradores afirman que Siempre se les comunica las metas del trabajo que realizan entonces tienen claro que deben llegar a la meta, pero como vimos anteriormente aún no saben cómo, solo deben saber llegar.

**6.- ¿Desafía tus destrezas para aumentar tu talento?****Cuadro 12. Frecuencia de la pregunta 6- Variable Liderazgo Transformacional**

ITEMS	FRECUENCIA
Nunca	2
Casi nunca	0
Algunas veces	6
Casi siempre	4
Siempre	8
<i>TOTAL</i>	20

*Fuente: Elaboración Propia*

**Grafico 6. Resultados en barras de la Pregunta 6 - Variable liderazgo transformacional**



*Fuente: Elaboración Propia*

## **INTERPRETACIÓN**

Continuamos con los resultados del gráfico n° 6 este nos indica que el 40% de los colaboradores responden en un rango medio-bajo Siempre en segundo lugar con un 30% de colaboradores responden Algunas veces sabiendo que tomamos los resultados más relevantes ya que los que no nombramos están en el rango del porcentaje muy bajo



**7.- ¿Te invita a imitarlo y superarlo?****Cuadro 13. Frecuencia de la pregunta 7- Variable Liderazgo Transformacional**

ITEMS	FRECUENCIA
Nunca	5
Casi nunca	3
Algunas veces	6
Casi siempre	2
<i>Siempre</i>	4
<i>TOTAL</i>	20

*Fuente: Elaboración Propia*

**Grafico 7. Resultados en barras de la Pregunta 7 - Variable liderazgo transformacional**



*Fuente: Elaboración Propia*

## INTERPRETACIÓN

En la séptima pregunta con referencia a la interrogante, si el líder invita a los colaboradores que lo superen o a imitarlo el porcentaje más alto fue 30% con rango bajo siguiéndole un 25% dentro del rango muy bajo, es decir el líder no se preocupa por formar nuevos líderes para el futuro, pensamos que sería esencial que lo hiciera ya que tendríamos mejores líderes y además mejores gerentes o administradores del mañana.

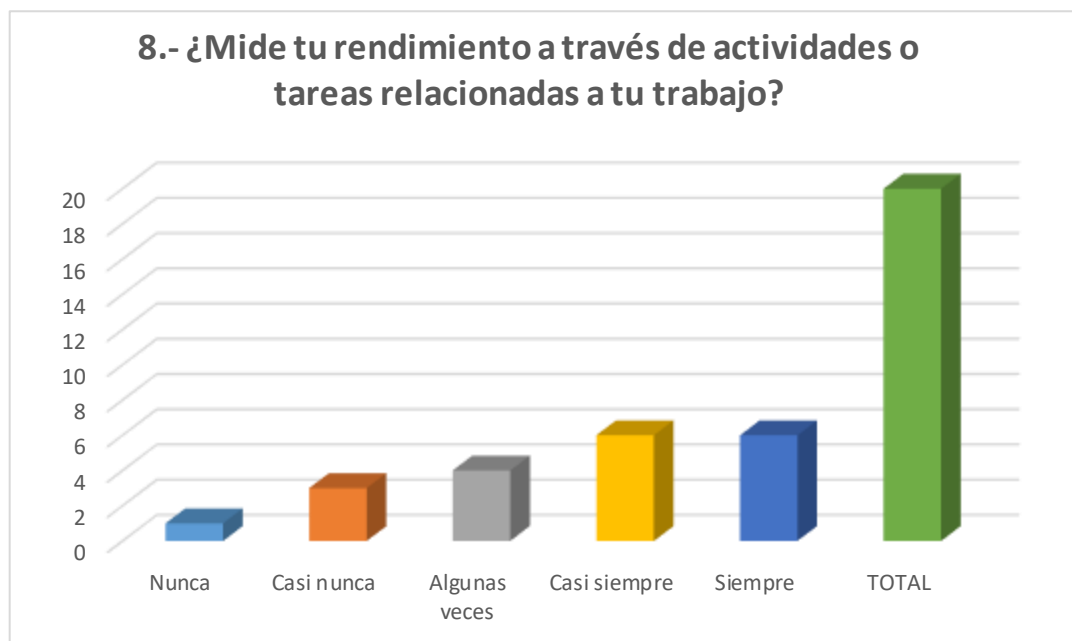
**8.- ¿Mide tu rendimiento a través de actividades o tareas relacionadas a tu trabajo?**

**Cuadro 14. Frecuencia de la pregunta 8- Variable Liderazgo Transformacional**

ITEMS	FRECUENCIA
Nunca	1
Casi nunca	3
Algunas veces	4
Casi siempre	6
Siempre	6
<i>TOTAL</i>	20

*Fuente: Elaboración Propia*

**Grafico 8. Resultados en barras de la Pregunta 8 - Variable liderazgo transformacional**



*Fuente: Elaboración Propia*

## INTERPRETACIÓN

En la última pregunta acerca de si el líder mide el rendimiento de cada colaborador con respecto a su trabajo un 30% respondió que Siempre y otro 30% respondió Casi siempre, ambos están en un rango bajo y por último en un rango muy bajo se encuentra un 20% que responde Algunas veces. En este caso si se evalúa, podemos decir que es de forma deficiente que no es con las herramientas necesarias y por tanto no hay un buen rendimiento por parte de los colaboradores ello concierne no contar con las habilidades necesarias como en las anteriores preguntas ya hemos nombrado.

## VARIABLE DEPENDIENTE

### GESTIÓN EMPRESARIAL

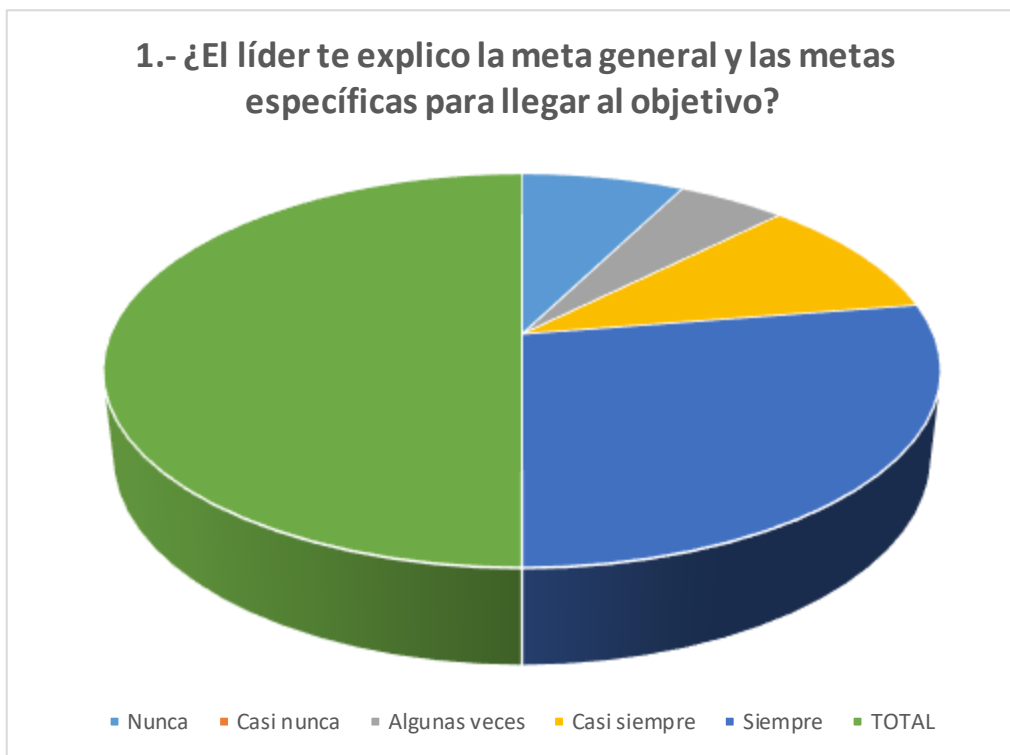
**1.- ¿El líder te explico la meta general y las metas específicas para llegar al objetivo?**

*Cuadro 15. Frecuencia de la pregunta 1- Variable Gestión Empresarial*

ITEMS	FRECUENCIA
Nunca	3
Casi nunca	0
Algunas veces	2
Casi siempre	4
<i>Siempre</i>	11
<i>TOTAL</i>	20

*Fuente: Elaboración propia*

**Grafico 9. Resultados en el diagrama de pastel Pregunta 1 de la variable Gestión Empresarial**



*Fuente: Elaboración propia*

## INTERPRETACIÓN

En la primera pregunta de la variable gestión empresarial observamos que el 55% de los colaboradores confirman que su líder comunica las metas específicas y general de ventas en las que ellos están relacionados por el trato directo que tiene con los clientes, este porcentaje se ubica en un rango alto.

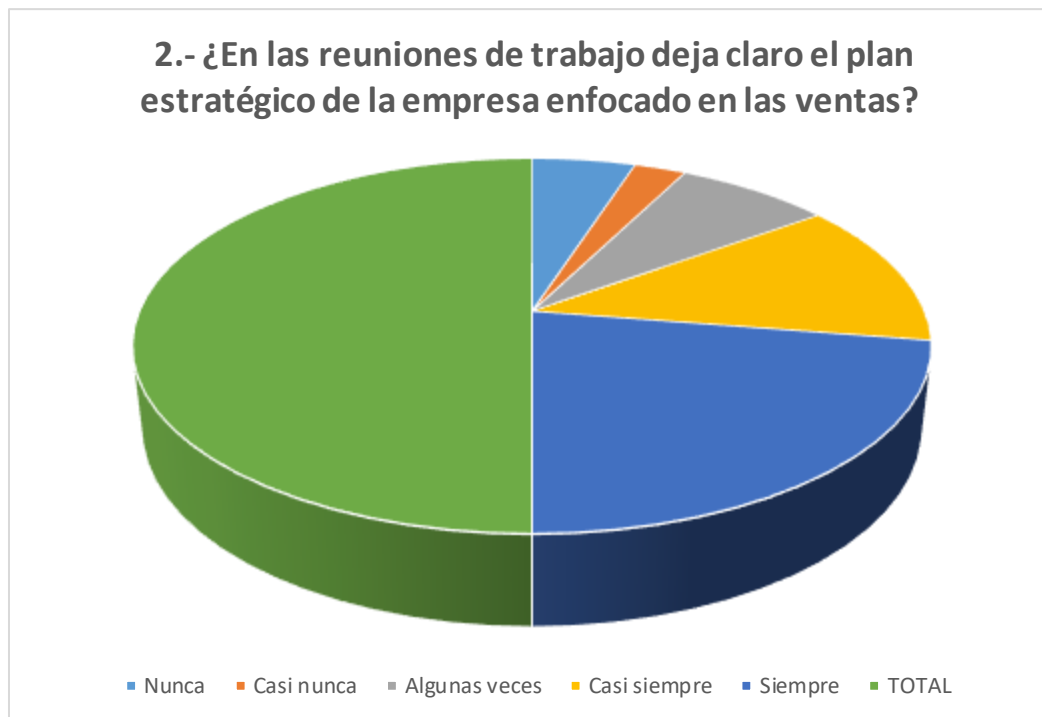
**2.- ¿En las reuniones de trabajo deja claro el plan estratégico de la empresa enfocado en las ventas?**

**Cuadro 16. Frecuencia de la pregunta 2- Variable Gestión Empresarial**

ITEMS	FRECUENCIA
Nunca	2
Casi nunca	1
Algunas veces	3
Casi siempre	5
<i>Siempre</i>	9
<i>TOTAL</i>	20

*Fuente: Elaboración Propia*

**Grafico 10. . Resultados en el diagrama de pastel. Pregunta 2 - Variable gestión empresarial**



*Fuente: Elaboración Propia*

## INTERPRETACIÓN

Continuando con la segunda pregunta de la variable gestión empresarial, nos dice si el líder explica acerca del Plan estratégico con respecto a ventas y un 45% del equipo de trabajo respondió Siempre teniendo un rango medio dentro del porcentaje, mientras que un 25% respondió Casi siempre ubicándose en segundo lugar del porcentaje y dentro del rango bajo de dicho gráfico; por debajo se encuentra un 15% con Algunas veces, un 10% nunca y un 5% respondió casi nunca. Teniendo claro que no todos los colaboradores están convencidos de que se les comunique, aunque en su



mayoría lo este, queremos resultados óptimos en dónde todos puedan tener claro el plan estratégico respecto a las ventas.

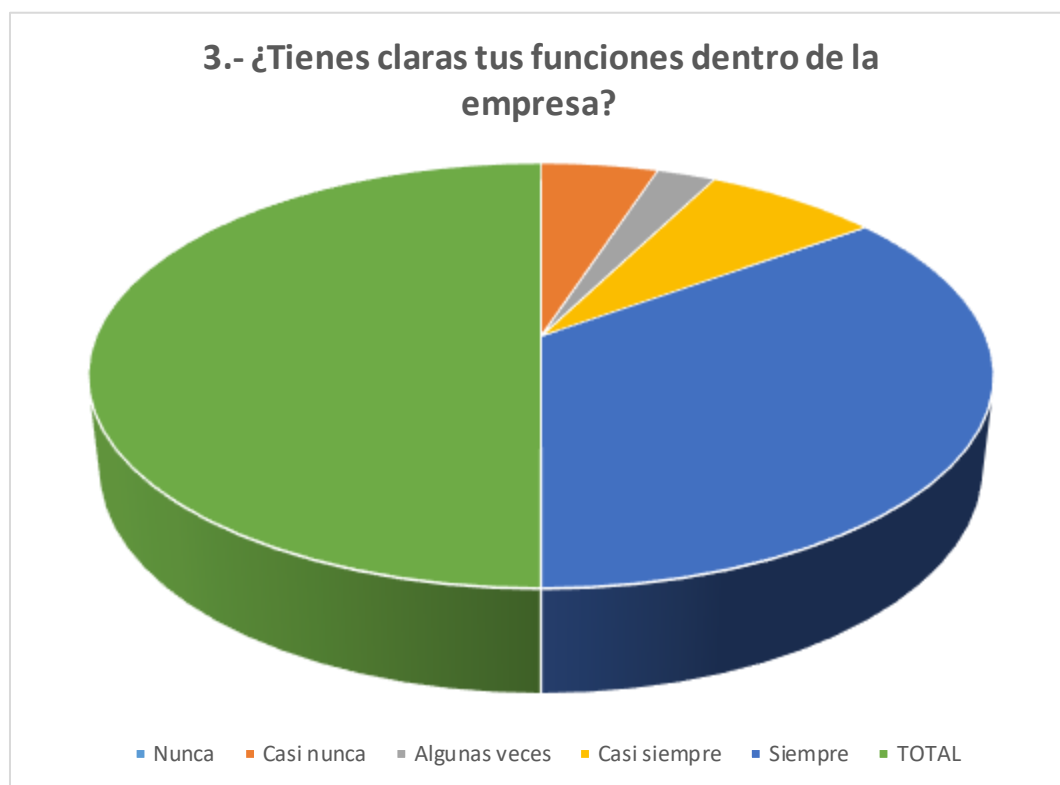
### 3.- ¿Tienes claras tus funciones dentro de la empresa?

**Cuadro 17. Frecuencia de la pregunta 3- Variable Gestión Empresarial**

ITEMS	FRECUENCIA
Nunca	0
Casi nunca	2
Algunas veces	1
Casi siempre	3
<i>Siempre</i>	14
<i>TOTAL</i>	20

*Fuente: Elaboración Propia*

**Grafico 11. Resultados en el diagrama de pastel. Pregunta 3 - Variable Gestión Empresarial**



*Fuente: Elaboración Propia*

## **INTERPRETACIÓN**

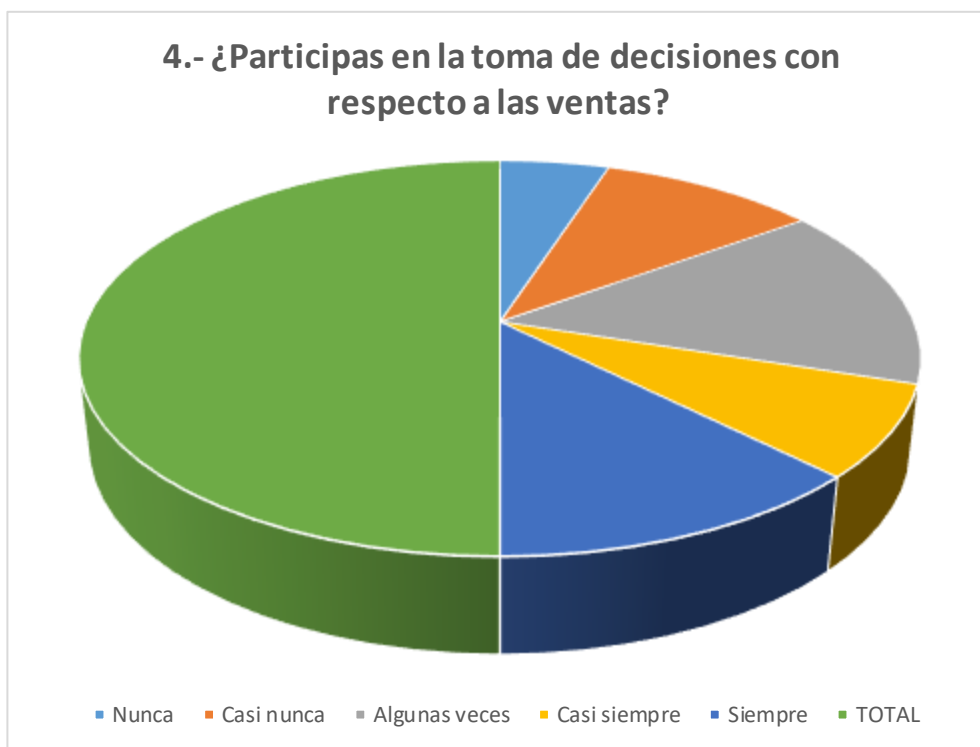
Continuamos con la tercera pregunta en donde un 70% de los colaboradores respondieron que si tienen claras sus funciones dentro de la empresa y esto se encuentra en un rango alto.

**4.- ¿Participas en la toma de decisiones con respecto a las ventas?****Cuadro 18. Frecuencia de la pregunta 4- Variable Gestión Empresarial**

ITEMS	FRECUENCIA
Nunca	2
Casi nunca	4
Algunas veces	6
Casi siempre	3
<i>Siempre</i>	5
<i>TOTAL</i>	20

*Fuente: Elaboración Propia*

**Grafico 12. . Resultados en el diagrama de pastel. Pregunta 4 - Variable Gestión empresarial**



*Fuente: Elaboración Propia*

## INTERPRETACIÓN

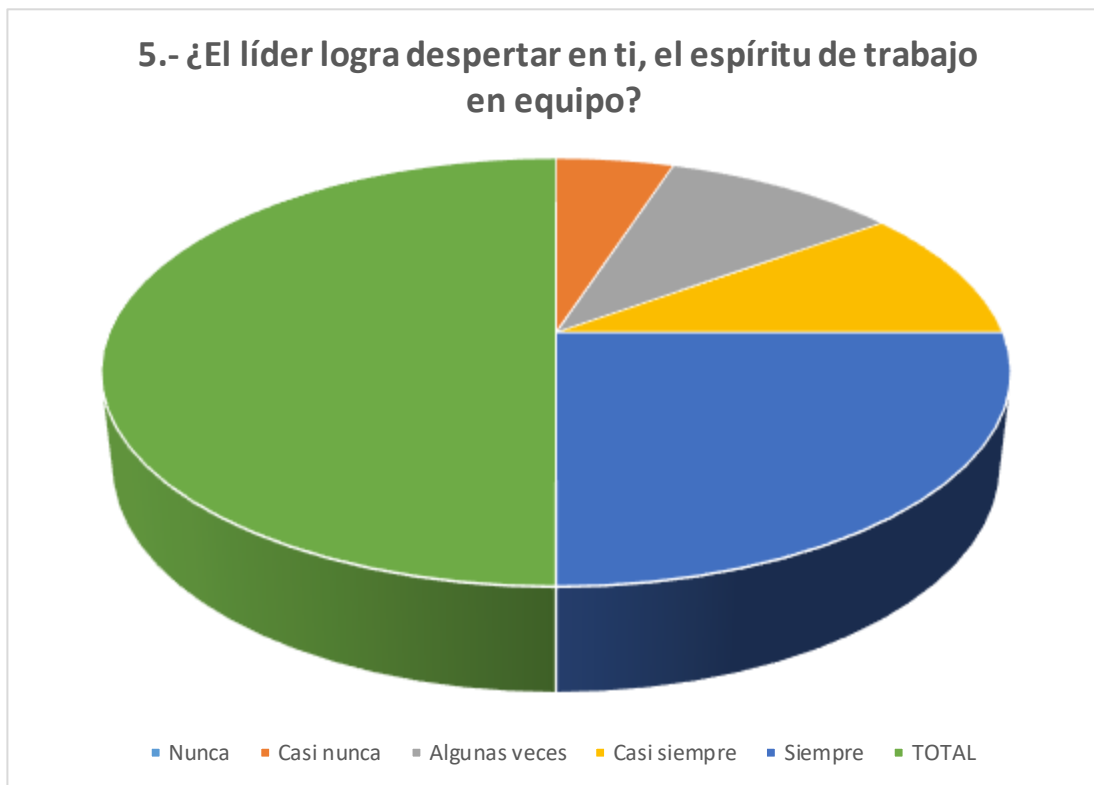
En la pregunta n° 4 los resultados arrojaron que solo el 30% de colaboradores piensa que Algunas veces se les considera para la toma de decisiones, esto está en un rango bajo, por otro lado, un 25% respondió Siempre, por lo tanto este punto debe reforzarse dentro de lo que es la organización de la empresa y porque no, considerar la opinión de todos ya que todos son un equipo.

**5.- ¿El líder logra despertar en ti, el espíritu de trabajo en equipo?****Cuadro 19. Frecuencia de la pregunta 5- Variable Gestión Empresarial**

ITEMS	FRECUENCIA
Nunca	0
Casi nunca	2
Algunas veces	4
Casi siempre	4
<i>Siempre</i>	10
<i>TOTAL</i>	20

*Fuente: Elaboración Propia*

**Grafico 13. Resultados en el diagrama de pastel Pregunta 5 - Variable Gestión empresarial**



*Fuente: Elaboración Propia*

## INTERPRETACIÓN

Seguimos con la quinta pregunta, la cual dice si el líder despierta el espíritu de trabajo en equipo, el 50% de los colaboradores respondieron Siempre teniendo un rango medio-alto, pero como vimos en la anterior pregunta el espíritu de equipo debe implicar un todo, tanto en conversar acerca de lo que se debe mejorar también acerca de la toma de decisiones y que se

debe reforzar para estar motivado tanto en las buenas relaciones laborales de compañerismo y unión además del trabajo ya que no todo es trabajar.

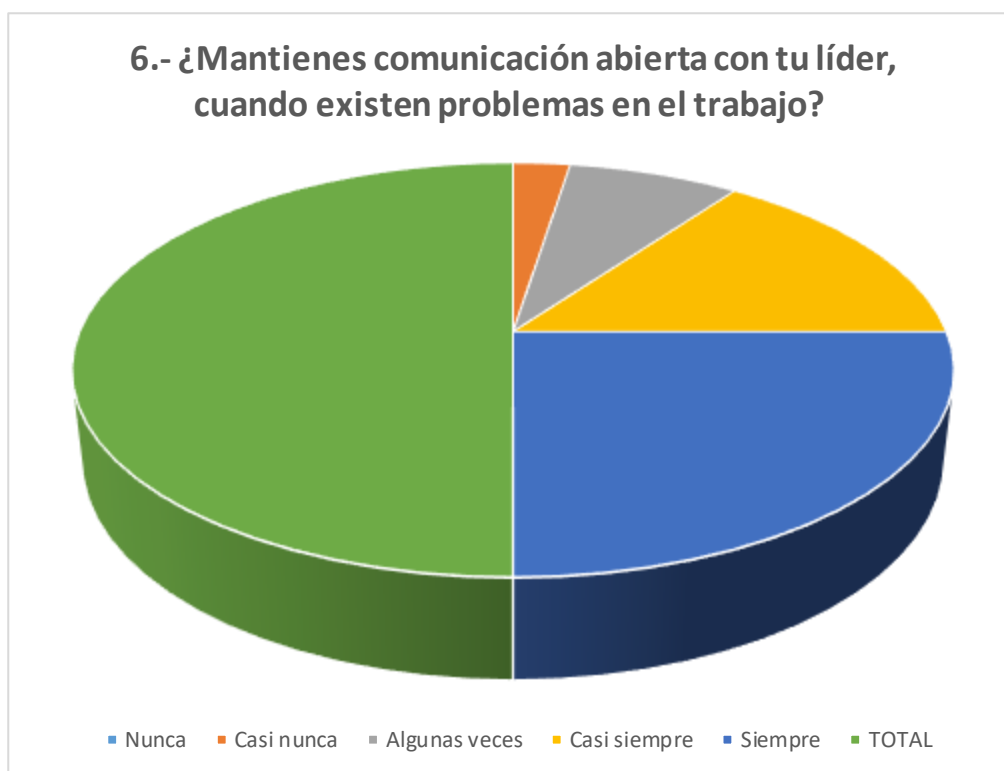
**6.- ¿Mantienes comunicación abierta con tu líder, cuando existen problemas en el trabajo?**

**Cuadro 20. Frecuencia de la pregunta 6- Variable Gestión Empresarial**

ITEMS	FRECUENCIA
Nunca	0
Casi nunca	1
Algunas veces	3
Casi siempre	6
<i>Siempre</i>	10
<i>TOTAL</i>	20

*Fuente: Elaboración Propia*

**Grafico 14. Resultados en el diagrama de pastel Pregunta 6 – Variable Gestión empresarial**



*Fuente: Elaboracion Propia*

## INTERPRETACIÓN

En esta pregunta también el 50% de colaboradores respondieron que Siempre tienen comunicación abierta con su líder ante las dificultades que se les presenta. Aún puede mejorar para que todos puedan tener esa misma confianza y comunicación con el líder.



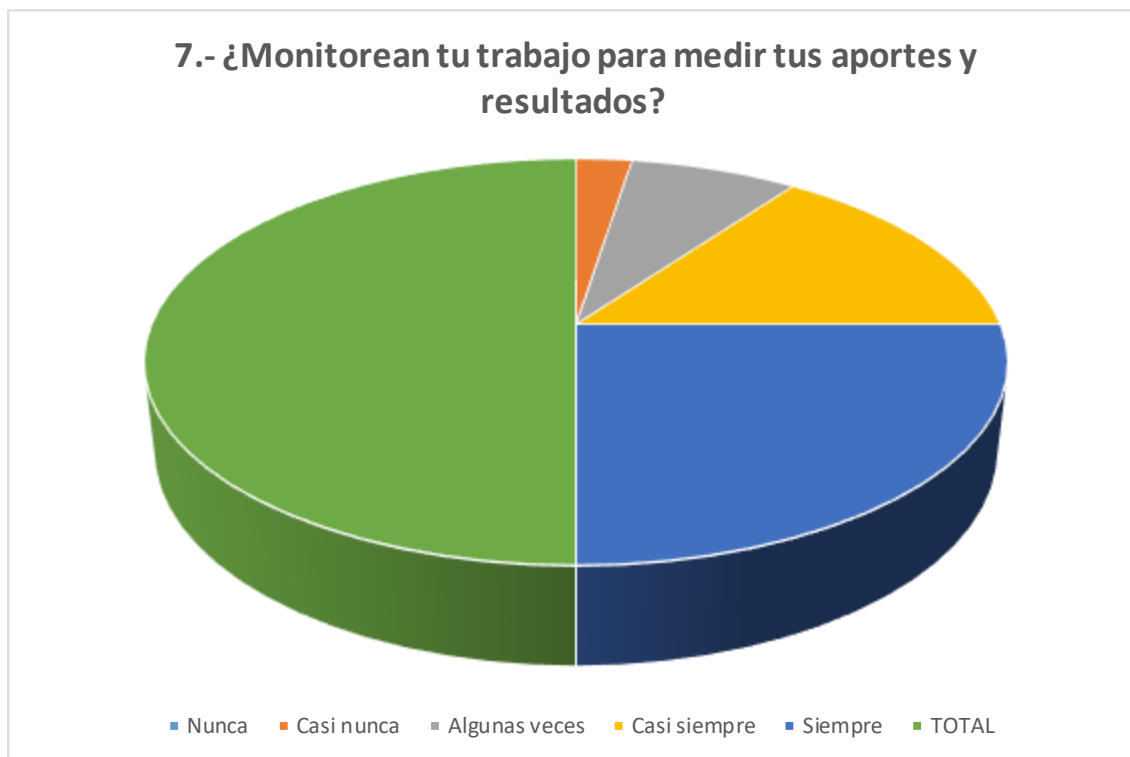
## 7.- ¿Monitorean tu trabajo para medir tus aportes y resultados?

*Cuadro 21. Frecuencia de la pregunta 7- Variable Gestión Empresarial*

ITEMS	FRECUENCIA
Nunca	0
Casi nunca	1
Algunas veces	3
Casi siempre	6
<i>Siempre</i>	10
<i>TOTAL</i>	20

*Fuente: Elaboración Propia*

**Grafico 15. Resultados en el diagrama de pastel. Pregunta 7 - Variable Gestión empresarial**



*Fuente: Elaboración Propia*

### **INTERPRETACIÓN**

Tenemos un 50% de colaboradores que respondieron Siempre en un rango medio-alto a la pregunta de que, si su líder los monitorea para ver sus aportes, entonces teniendo los resultados podemos decir que se puede mejorar este porcentaje para que se pueda abarcar a todos los colaboradores e incluso escuchar sus nuevas ideas teniendo la ventaja de innovar.

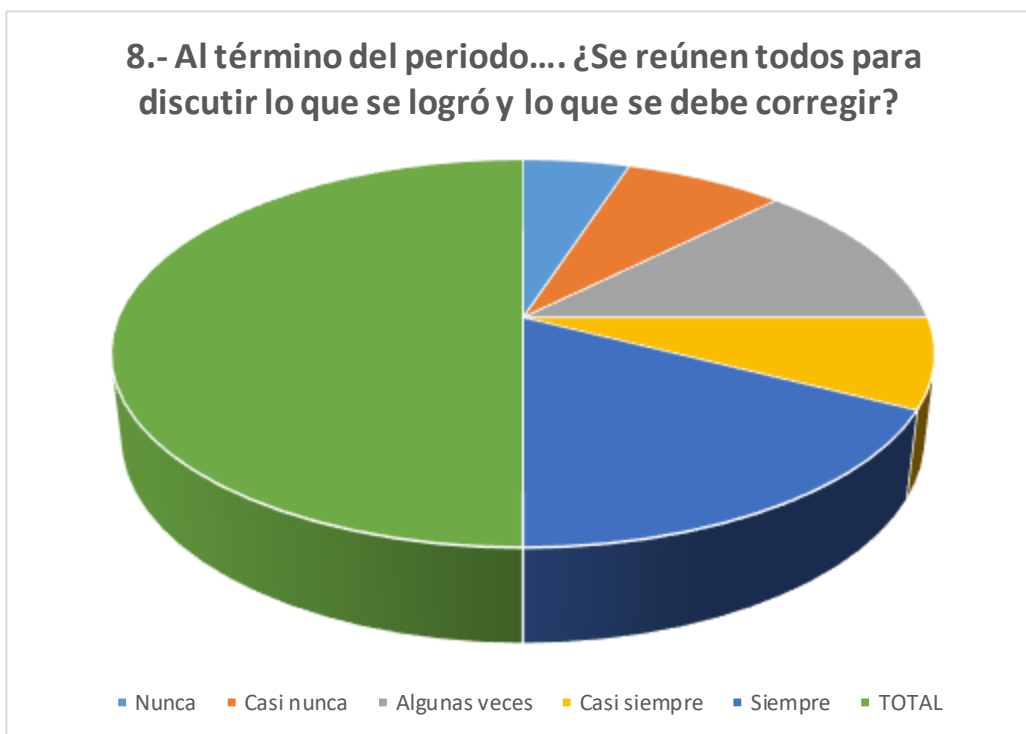
**8.- Al término del periodo... ¿Se reúnen todos para discutir lo que se logró y lo que se debe corregir?**

**Cuadro 22. Frecuencia de la pregunta 8 - Variable Gestión Empresarial**

ITEMS	FRECUENCIA
Nunca	2
Casi nunca	3
Algunas veces	5
Casi siempre	3
<i>Siempre</i>	7
<i>TOTAL</i>	20

*Fuente: Elaboración Propia*

**Grafico 16. Resultados en el diagrama de pastel. Pregunta 8 - Variable Gestión empresarial.**



*Fuente: Elaboración Propia*

## **INTERPRETACIÓN**

En la última pregunta nos dice, si todos se reúnen para discutir los resultados obtenidos y corregir lo que no se hizo bien, el porcentaje obtenido fue un 35% respondió Siempre con un rango bajo en segundo lugar un 25% respondió algunas veces con el rango muy bajo es entonces en donde reafirmamos que uno de los puntos importantes a reformar es la comunicación, la confianza y todo está dentro del control que se ejecuta en la empresa observamos que la deficiencia es predominante entonces apliquemos soluciones.

## **CAPITULO V**

### **DISCUSIÓN**

**DIMENSIÓN:** Consideración individualizada-Variable Liderazgo transformacional

Dentro de las variables de liderazgo transformacional se encuentra la dimensión de consideración individualizada en esta Burns y Bass nos explican diversas habilidades y comportamientos que debe tener el líder para fomentar en los colaboradores las ganas de servir y crecer, pero para ello el líder debe tomar la iniciativa en brindar un asesoramiento oportuno a la vez enriquecedor, en ese caso en la presente empresa investigada solo el 40% dijo que el líder si se preocupa por el asesoramiento de alguna tarea complicada mientras que el otro 60% está en desacuerdo y otros no están completamente seguros es por ello que estamos de acuerdo que como parte de la actividad diaria de un líder transformacional que va más allá de su mira y convence a sus seguidores a saltar los obstáculos más altos apoyándose uno del otro, es dar la empuje a cada colaborador en sus momentos de dificultad para que puedan tener una percepción distinta, ponerse en todas las situaciones ante cualquier problema con un cliente y porque no también ponerse en los zapatos del mismo ante su necesidad.

(Chacón, 2016) nos dice que mientras más percepción por parte de los líderes en este caso jefes inmediatos mayor será la satisfacción laboral de los colaboradores para cumplir con las metas planteadas agregando que habrá mayor productividad.

#### Dimensión: Estimulación intelectual- Variable Liderazgo transformacional

Continuando con las percepciones de los colaboradores y lo que el líder debe hacer para que se promueva dichos elementos, no solo basta enseñar nuevos caminos a explorar ante cualquier situación dijo que también está en cómo se resolverá dicho problema, de qué forma se solucionará ello, es por eso que el líder debe fomentar la creatividad en sus colaboradores como herramienta fundamental para que de manera creativa este se desenvuelva no solo en los problemas cotidianos del día a día en el trabajo sino que también en su vida diaria .

(Moreira,2010) en su investigación nos habla de lo importante que es el liderazgo en las fuerzas militares, además de ello compararon que entre el liderazgo transformacional y el transaccional el que predomina es el liderazgo transformacional teniendo como primera opinión a las mujeres que están dentro de las fuerzas militares que es el mejor Liderazgo, no podemos negar que el liderazgo está en todos los campos.

#### Dimensión: Influencia idealizada- Variable Liderazgo transformacional

Vemos poco a poco como es que este tipo de liderazgo se apodera de las organizaciones y colonos que cambia totalmente la forma de pensar del nuevo gerente en estos tiempos modernos por eso es que hoy, un líder debe estimular a sus seguidores a imitarlo a que sigan su ejemplo para que luego se formen más líderes con visiones y perspectivas frescas, nuevas y modernas creando así una cadena y puedan crear nuevos sistemas, soluciones para cada tipo de necesidad en una sociedad globalizada.

Es por ello que (Siles,2015) nos habla sobre el intraemprededurismo, el cual nos dice que es la capacidad de cada colaborador de crear nuevas ideas dentro de su misma organización, por el constante cambio y por ende deben reconocer

y premiar el talento de sus colaboradores los cuales aportan con ideas frescas a su misma organización y fomentan esta capacidad.

El liderazgo puede ser expresado en cualquier campo como lo hemos visto en los anteriores antecedentes que obtuvimos, en donde solo busca la confianza, motivación, logros tanto personales como organizacionales generando cambios extraordinarios en los seguidores, podemos ver claramente que todos ganan practicando el liderazgo, en especial el transformacional que rompe barreras y busca un valor más en cada seguidor, pero el líder también necesita ser parte de la motivación.

Según Burns (1978) “[...] los líderes transformacionales despiertan en el individuo un alto conocimiento de temas claves para el equipo y la organización, mientras aumentan la confianza de los seguidores, gradualmente los mueven desde los intereses para la existencia de los logros, crecimiento y desarrollo”.

Según Bass y Avolio(1990), “Tales líderes logran estos resultados en una o más de las siguientes manera: son carismáticos, ante sus seguidores, son fuente de inspiración para ellos, tratan con ellos individualmente satisfaciendo las necesidades de cada uno y para finalizar estimulan intelectualmente a sus seguidores”.(poner en letra pequeña)

#### DIMENSIÓN: Planificación - Variable Gestión Empresarial

La planificación es fundamental en nuestra vida diaria y en el de las empresas por esa razón es que se elabora planes estratégicos con el fin de fijar metas a corto, mediano y largo plazo de las diferentes áreas dentro la organización pues bien en los resultados observados de GHI vimos que el porcentaje de resultado sobre la opinión de los colaboradores es de 45% de aprobación en donde responden que si tienen claro el plan estratégico y el otro 55% no lo tiene claro,

si en su mayoría los colaboradores no tienen claro sus metas en ventas como sabrán a donde ir, el líder debe explicar y abarcar todo lo posible en sus colaboradores para tener presente el plan estratégico y las metas de la empresa produciendo así ventas elevadas.

(Rosas,2016) en su trabajo de investigación plantea que teniendo una planificación óptima se puede aprovechar mejor una gestión empresarial dando paso a una gran ganancia en todo sentido sobre todo en el sector que se centra que es el turismo en Puno.

#### DIMENSIÓN: Organización - Variable Gestión Empresarial

Sabemos de antemano que la administración o gestión empresarial tiene como pilares 4 puntos fundamentales para que las empresas funciones de forma correcta uno de ellos es la organización y como observamos en los resultados del cuestionario propuesto en la presente investigación el porcentaje de este pilar es muy bajo porque los resultados arrojaron que son pocos los colaboradores que participan en la toma de decisiones y eso no es beneficioso para la empresa ya que la organización la conforman todos y todos son un equipo con un solo objetivo llegar a la meta pero no sé logrará sino se toma en cuenta la opinión de todos.

(Martínez,2013), nos explica que ella realizó una investigación de una empresa de autopartes donde resalta que debería implantarse la innovación, una gestión adecuada y el liderazgo para tener voz y mando tanto con los ejecutivos como con los colaboradores usando la disciplina, pero también la orientación considerando opiniones e ideas de cada uno para ser competitivos llevando a cabo una gestión eficiente y así la empresa crezca.

#### DIMENSIÓN: Control - Variable Gestión Empresarial



En la mayoría de las compañías por no decir en todas, se lleva un control constante sea de productividad, de calidad, de atención al cliente, etcétera. Mientras que en las pequeñas empresas lo toman como algo irrelevante tal vez porque crean que no necesario porque no tienen la magnitud de una empresa grande pero deberían saber que el control es fundamental en todo tipo o tamaño de organización, entonces deducimos que en GHI Consultores Empresariales lo toman de la misma forma, irrelevante, por eso en sus resultados en sus mayoría los colaboradores respondieron que son pocas o nulas las ocasiones que se reúnen para discutir lo logrado y lo que se debe corregir pero agregando a ello no solo es controlar como decíamos antes sino también guiar, motivarlos para hacer un mejor trabajo despertando nuevas actitudes cambiando su manera de pensar, tal vez cuadrículada.

(Barreto,2015), comenta acerca de la investigación que realizó a la Escuela Superior tecnológica Sencico que los docentes no dictan las clases con los temas estipulados por la Escuela Superior, por ello en su investigación sugiere cambiar la malla curricular de la casa de estudios en donde los docentes brinden mejores clases a sus alumnos los controlen, monitorean a través de prácticas o evaluaciones y tener la vocación de enseñar para promover una mejor educación y como líder de un salón de clases impartir conocimientos a sus alumnos para formar mejores profesionales.

Comprobamos una vez más que la gestión empresarial es el punto de partida hacia el éxito de todas las organizaciones confirmando así los porcentajes obtenidos de nuestra investigación que si no se emplea en su forma correcta está no dará frutos y por el contrario se irá al declive total.

Según Chiavenato; “La gestión empresarial es el proceso de planear, organizar, integrar, direccionar y controlar todos los recursos ya sea intelectuales, humanos, materiales, financieros entre otros, de una organización, con el propósito de obtener el máximo beneficio o alcanzar sus objetivos” (poner en letra pequeña)

Según Koontz y Weihrich; “La administración o gestión empresarial es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que, trabajando en equipos, los individuos cumplan eficientemente objetivos específicos”.

## CONCLUSIONES

1. Podemos confirmar que se determinó que el Liderazgo transformacional se relaciona con la gestión empresarial en el área de ventas de la empresa GHI Consultores SAC en la ciudad de Lima en el periodo 2017-2018.
2. Se analizó y está comprobado que la consideración individualizada repercute en la planificación de la empresa GHI Consultores Empresariales SAC en la ciudad de Lima en el periodo 2017-2018.
3. Se estudió la incidencia de la estimulación intelectual en la organización llegando a la conclusión que su influencia es mayor a lo que se planteó en la empresa GHI Consultores Empresariales SAC en la ciudad de Lima en el periodo 2017-2018.
4. Se identificó la medida de motivación inspiracional que incide en la dirección siendo media alta dentro del rango estimado en la empresa GHI Consultores Empresariales SAC en la ciudad de Lima en el periodo 2017-2018.

## RECOMENDACIONES

1. Sabemos en todas las empresas o compañías se encuentran trabajando personas y por ellas es que se logra el éxito de cada una, entonces GHI Consultores Empresariales como ejemplo de una de ellas teniendo a la cabeza al líder debe fomentar a desafiar las destrezas de cada colaborador de decir explotar su potencial.
2. El potencial que se debe explotar en los colaboradores de la empresa GHI Consultores Empresariales SAC en la ciudad de Lima debe ir acompañado de nuevos desafíos en donde el líder tomé la iniciativa y juntos realicen ejercicios con su equipo así desarrollará mayor empatía, comunicación y confianza.
3. El liderazgo y todos los tipos de liderazgo se encuentra dentro de las habilidades blandas que todo colaborador tiene pero que no sabe cómo demostrarlo es por ello que sería enriquecedor que líder y sus seguidores acudan juntos a charlas de coaches profesionales en el tema para que cada uno aprenda a sacar el líder que llevan dentro.
4. La empresa GHI Consultores Empresariales Sac en la ciudad de Lima se debería asociar al gremio APECCO en donde se favorecerá en demasía no solo por el crecimiento y aprendizaje continuo que tendrá junto con las demás empresas sino también para estar al nivel de ellas y porque no, superarlas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Referencias de libros:

Hernandez, R., Fernandez, C., y Baptista, P, (2006), Metodología de la investigación (Sexta edición). México: McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A. de C.V.

### Referencias de artículo en periódico en línea:

Call Centers News (18 de junio del 2017). Call centers: Perú, Chile y Colombia lideran su crecimiento en la región. Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/call-centers-peru-chile-colombia-lideran-crecimiento-region-137517>

Comex (21 de febrero del 2015). Los call centers son los peruanos con mayor demanda en el exterior. Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/call-center-son-servicios-peruanos-mayor-demanda-exterior-78086>

El Comercio (14 de noviembre del 2016). Call Centers peruanos entre los que más crecen en la región. El Comercio. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/negocios/call-centers-peruanos-crecen-region-148388>

Gestión (21 de octubre del 2014). Claro y Transcom firman asociación estratégica en Perú para telemarketing. Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/empresas/claro-transcom-firman-asociacion-estrategica-peru-telemarketing-77886>

### **Referencias de medios electrónicos:**

Apecco (2014). Asociación Peruana de Centros de Contacto. Página oficial de Apecco. Recuperado de [http://www.apecco.org/cms/?page\\_id=4449](http://www.apecco.org/cms/?page_id=4449)

Barboza, F. (21 de diciembre del 2017). Tendencias de Contact Center para el 2018. Inconcert. Recuperado de <https://blog.inconcertcc.com/tendencias-de-contact-center-para-2018>

Basile, E. (12 de diciembre del 2017). 2017, Un año de celebración en la industria de contact centers & BPO del Perú. Call Centers News. Recuperado de

<http://www.callcenternews.com.ar/apeccc/33-entrevista/854-17dc>

Blog Tm system (2017). Las predicciones y tendencias sobre Contact Center que nos esperan en 2017. Tm System Contact Center. Recuperado de <http://www.tmsystem.es/blog/call-center/tendencias-contact-center-2017/>

Conexión Esan (24 de agosto del 2016). La evolución de la atención telefónica: del call center al contact center. Esan. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/08/la-evolucion-de-la-atencion-telefonica-del-call-center-al-contact-center/>

Conexión Esan (03 de octubre del 2011). Ascenso de los call centers. Esan. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2011/10/03/el-ascenso-de-los-call-centers/>

Micheli, J. (2011). El sector de call centers: Estructura y tendencias. Apuntes sobre la situación de México. Scielo. Recuperado de

(Micheli, 2012)

Wikipedia (7 de septiembre del 2018). Anexo: Empresas de telefonía móvil de Latinoamérica. Wikipedia. Recuperado de

[https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Empresas\\_de\\_telefon%C3%ADa\\_m%C3%B3vil\\_de\\_Latinoam%C3%A9rica#Operadores\\_en\\_Sudam%C3%A9rica](https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Empresas_de_telefon%C3%ADa_m%C3%B3vil_de_Latinoam%C3%A9rica#Operadores_en_Sudam%C3%A9rica)

Zuil, M. (25 de febrero del 2017). El negocio del “call center”: las empresas que te atienden al teléfono (y que no conoces). El Confidencial. Recuperado de [https://www.elconfidencial.com/empresas/2017-02-25/call-center-empresas-negocio\\_1338289/](https://www.elconfidencial.com/empresas/2017-02-25/call-center-empresas-negocio_1338289/)

**Referencias de tesis de medios electrónicos:**

Rosero, L.M., y Valcárcel, M. C. (2012). *Liderazgo Transformacional y Gerencia Humanista, 2012*. (Tesis para optar por el título de Administrador de empresas). Universidad EAN, Bogotá, Colombia. Recuperada de <http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/4107/RoseroLeidy2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Jiménez, C.C. (2014) *Relación entre el liderazgo transformacional de los directores y la motivación hacia el trabajo y el desempeño de docentes de una universidad privada, 2014*. (Tesis para obtener el Grado Académico de Magíster en Psicología). Universidad Católica de Colombia, Bogotá, Colombia. Recuperada de <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/2084/1/Tesis%20Final%20Ciencia%20Jimenez%20C.pdf>

Medina, P. (2010). *El Liderazgo transformacional en los docentes de un colegio de gestión cooperativa de la ciudad de lima*. (Tesis para optar por el Grado Académico de Magíster en Educación). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Recuperada de [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4676/MEDINA\\_ZUTA\\_PATRICIA\\_LIDERAZGO\\_LIMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4676/MEDINA_ZUTA_PATRICIA_LIDERAZGO_LIMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Rojas, A. (2012). *El Liderazgo transformacional en directores de tres liceos bicentenario y tres liceos regulares de la región metropolitana*. (Tesis para optar



por el Grado Académico de Magíster en Ciencias Sociales). Universidad de Chile, Santiago de Chile, Chile. Recuperada de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/113354/cs39-rojasa1154.pdf?sequence=1>

Cervera, L. (2012). *Liderazgo transformacional del director y su relación y su relación con el clima organizacional en las instituciones educativas del distrito de los olivos*. (Tesis para obtener el Grado Académico de Doctor en Educación). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Recuperada de [http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/2365/Cervera\\_cl.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/2365/Cervera_cl.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Chacón, G. (2016). *Liderazgo transformacional y su relación con la satisfacción laboral*. (Tesis para obtener el título de Licenciada en Psicología). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Recuperada de [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/7439/CHACON\\_LUNA\\_GISSELLE\\_LIDERAZGO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/7439/CHACON_LUNA_GISSELLE_LIDERAZGO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Lavado, R. A., y Vargas, M. C. (2017). *El Liderazgo transformacional y las competencias del director médico en los hospitales de nivel I-II de la red asistencial Alberto Sabogal Sologuren del Callao (ESSALUD) Perú*. (Tesis para obtener el grado de Licenciado de Administración de Empresas). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú. Recuperada de [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/622915/LAVADO\\_LRA.pdf;jsessionid=4379EC6FECF0FB10A55AC9653D0DFC21?sequence=](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/622915/LAVADO_LRA.pdf;jsessionid=4379EC6FECF0FB10A55AC9653D0DFC21?sequence=5)

Villalón, X. G. (2014). *El liderazgo transformacional como agente motivador en un establecimiento municipal*. (Tesis para optar el Grado Académico de Magíster en Educación). Universidad de Chile, Santiago de Chile, Chile. Recuperada de [http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/133625/TESIS\\_%20MAGISTER.pdf?sequence=1](http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/133625/TESIS_%20MAGISTER.pdf?sequence=1)

Moreira, C. M., (2010). *Liderazgo Transformacional y género en organizaciones militares*. (Tesis para optar el Grado Académico de Doctor en Psicología Social). Universidad Complutense de Madrid, Madrid-España. Recuperada de <https://eprints.ucm.es/11436/1/T32255.pdf>

Bedoya, A. E. (2015). *Del liderazgo transformacional al liderazgo transformacional al liderazgo prosocial evidencias obtenidas en la dirección de organizaciones sanitarias catalanas*. (Tesis para optar el Grado Académico de Doctor en Psicología de la Comunicación, Interacción social y Desarrollo Humano). Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona-España. Recuperada de [https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2016/hdl\\_10803\\_378371/aebr1de1.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2016/hdl_10803_378371/aebr1de1.pdf)

Siles, B. (2015). *Liderazgo transformacional e intraemprendurismo una relación por a cultura organizacional*. (Tesis para optar el Grado Académico de Doctor en Dirección de Empresas). Universitat de Valencia, Valencia, España. Recuperada de <http://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/50215/Tesis-BERMANSILESORTEGA-Definitiva8bA4271015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cruz - Ortiz, V. (2017). *Liderazgo transformacional: estudios empíricos desde una perspectiva de grupos y de multinivel*. (Tesis para obtener el título de licenciado en Psicología). Universitat Jaume I, Castellón, España. Recuperada de [https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/405452/2017\\_Tesis\\_Cruz%20Ortiz\\_Valeria.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/405452/2017_Tesis_Cruz%20Ortiz_Valeria.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Salas, A. (2013). *Liderazgo transformacional, Capacidad de Aprendizaje organizativo y felicidad en el trabajo*. (Tesis para optar el Grado Académico de Doctor en Dirección de empresas). Universitat de Valencia, Valencia, España. Recuperada de <http://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/29078/Tesis%20Andr%C3%A9s%20Salas%20Vallina%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gutiérrez, L. A. (2012). *Liderazgo transformacional y su reacción con la resistencia al cambio: el rol moderador de la personalidad neurótica y apertura a la experiencia del seguidor*. (Tesis para obtener el título de Administrador de Empresas). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia. Recuperada de

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/15789/GutierrezCarvajalLisethAndrea2012.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

García-Guiu, C. (2014). *Liderazgo transformacional y auténtico en organizaciones de seguridad, emergencias y defensas*. (Tesis para obtener el Grado Académico de Doctor en Psicología). Universidad de Granada, Granada, España. Recuperada de <https://hera.ugr.es/tesisugr/24582967.pdf>

Belotserkovskiy, R. (2005). *Investigación y desarrollo de un tablero de mando para la gestión empresarial basado en el sistema de gestión estratégica "Balanced Scored"*. (Tesis para optar el título de Ingeniero Industrial). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Recuperada de [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/315/BELOTSERKOVSKIY\\_ROMAN\\_INVESTIGACION\\_Y\\_DESARROLLO\\_DE\\_UN\\_TABLERO\\_DE\\_MANDO\\_PARA\\_LA\\_GESTION\\_EMPRESARIAL\\_BASADO\\_EN\\_EL\\_SISTEMA\\_DE\\_GESTION ESTRATEGICA\\_BALANCED\\_SCORECARD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/315/BELOTSERKOVSKIY_ROMAN_INVESTIGACION_Y_DESARROLLO_DE_UN_TABLERO_DE_MANDO_PARA_LA_GESTION_EMPRESARIAL_BASADO_EN_EL_SISTEMA_DE_GESTION ESTRATEGICA_BALANCED_SCORECARD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Castillo, H. A. (2015). *Propuesta de implementación de un cuadro de mando integral y su incidencia en la gestión empresarial de la empresa Molino Samán SRL año 2014*. (Tesis para obtener el título de Contador Público). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú. Recuperada de [http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2113/castilloalva\\_huber.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2113/castilloalva_huber.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Campos, F. M. (2015). *Estudio de la gestión empresarial y su efecto en el desarrollo de la pyme del Cantón San Jacinto de Yaguachi 2013-2014*. (Tesis para optar el título de Licenciada en Gestión Empresarial). Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador. Recuperada de <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/2810/1/ESTUDIO%20DE%20LA%20GESTION%20EMPRESARIAL%20Y%20SU%20EFECTO%20EN%20EL%20DESARROLLO%20DE%20LAS%20PYMES%20DEL%20CANTON%20SAN%20JACINTO%20DE%20YAGUACHI%20C%20202013%20E2%80%93%202014..pdf>

Gonzales, J. (2014). *Gestión empresarial y la competitividad en las mypes de sector textil en el marco de la ley n° 28015 en el distrito de la victoria año 2013*. (Tesis para obtener el título de Contador Público). Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú. Recuperada de [http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1117/1/gonzales\\_lj.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1117/1/gonzales_lj.pdf)

Pajuelo, F. (2017). *Leasing financiero y la gestión empresarial de las mypes de turismo a nivel nacional*. (Tesis para obtener el Grado Académico de Magíster en Contabilidad). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Recuperada de [http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/6154/Pajuelo\\_chf.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/6154/Pajuelo_chf.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Vela, E. W. (2014). *Análisis de la gestión empresarial y propuesta estratégica de crecimiento de las mypes del sector calzado de El Porvenir 2013*. (Tesis para optar el Grado Académico de Magíster en Ciencias Económicas). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú. Recuperada de <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/7680>

Flores, S. E. (2015). *Proceso Administrativo y gestión empresarial en Coproabas, Jinotega 2010-2013*. (Tesis para optar el Grado de Magíster en Gerencia Empresarial). Autónoma de Nicaragua, Coproabas-Nicaragua. Recuperada de <http://repositorio.unan.edu.ni/1800/1/5330.pdf>

Quispe, L. S. (2013). *La gestión empresarial y e impacto en el desarrollo de a micro y pequeña empresa, gestionando a través del convenio binacional alba-tcp, entre el estado plurinacional de Bolivia y la República Bolivariana de Venezuela en las gestiones 2006-2012*. (Tesis para obtener el título de Economista). Universidad Mayor de San Andrés, La Paz-Bolivia. Recuperada de <http://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/3844/T-1445.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Luna, E. I. (2018). *Gestión empresarial: Estrategias de desarrollo sostenible para reducir el impacto ambiental de pymes (industria química) en Ecatepec, México*.

(Tesis para optar el Grado de Magíster en Administración). Universidad Nacional Autónoma de México, D.F. México. Recuperada de <http://132.248.9.195/ptd2018/junio/0775877/Index.html>

Percca, M. R. (2017). *Gestión empresarial y su impacto en la exportación de sandía de las empresas exportadoras de la región Tacna*. (Tesis para obtener el título de Licenciado en Administración de Negocios Internacionales). Universidad Privada de Tacna, Tacna, Perú. Recuperada de <http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/309/1/Percca-Tarqui-Marizol-Rebeca.pdf>

Ortiz, A. (2013). *Diseño de un modelo de un sistema inteligente como soporte de la decisión para la gestión empresarial en las pymes*. (Tesis para

obtener el Grado de Doctor en Ciencias Empresariales). Universidad Politécnica de Madrid, Madrid-España. Recuperada de [http://oa.upm.es/23260/1/TESIS\\_DOCTORAL\\_ALEXIS\\_ORTIZ\\_USECHE.pdf](http://oa.upm.es/23260/1/TESIS_DOCTORAL_ALEXIS_ORTIZ_USECHE.pdf)

Rosas, N. (2016). *Planeamiento estratégico y su repercusión en la gestión empresarial del sector turismo en la región puno*. (Tesis para optar el Grado Académico de Magíster en Administración). Universidad Andina Nestor Cáceres Velásquez, Juliaca-Puno. Recuperada de [http://repositorio.uancv.edu.pe/bitstream/handle/UANCV/628/TE%20SIS%20T036\\_02419180\\_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uancv.edu.pe/bitstream/handle/UANCV/628/TE%20SIS%20T036_02419180_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Barreto, I. R. (2015). *Desempeño docente y desarrollo de las capacidades en la gestión empresarial y marketing en estudiantes de la escuela superior tecnológica Sencico*. (Tesis para optar el Grado Académico de Doctor en Educación). Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú. Recuperada de [cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/6493/Peñafiel\\_ng.pdf?sequence=2&isAllowed=y](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/6493/Peñafiel_ng.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

# **ANEXOS**



## ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

**Autor: Milagros del Rocío Gómez Ticona**

**Título: La influencia del Liderazgo Transformacional con relación a la gestión empresarial en la empresa GHI Consultores SAC en el distrito de breña, en la ciudad de Lima, en el periodo 2017.**

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES V. I.
<p><b>PRINCIPAL:</b> ¿DE QUE MANERA EL LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL INFLUYE CON LA GESTION EMPRESARIAL EN LA EMPRESA GHI CONSULTORES SAC EN LA CIUDAD DE LIMA EN EL PERIODO 2017?</p>	<p><b>GENERAL:</b> Determinar si el Liderazgo Transformacional se relaciona con la Gestión Empresarial en la Empresa GHI SAC en la ciudad de Lima en el periodo 2017</p>	<p><b>GENERAL:</b> Si introducimos de modo competente el liderazgo transformacional, esto influirá directamente de forma beneficiosa a la gestión empresarial en la Empresa GHI Consultores Empresariales Consultores SAC en la ciudad de Lima en el periodo 2017</p>	<p><b>Variable Independiente:</b>  Liderazgo Transformacional</p>	<p>1. Consideración Individualizada 2.- Estimulación intelectual 3.- Motivación <u>Inspiracional</u> 4.- Influencia Idealizada</p>	<p>Apoyo personal  Creatividad  Positivismo  Actitud</p>
<p><b>SECUNDARIOS:</b> ¿De qué manera la Consideración Individualizada repercute en la Planificación de la empresa GHI SAC en la ciudad de Lima en el periodo 2017?  ¿Cómo incide la Estimulación Intelectual en la organización de la empresa GHI SAC en la ciudad de Lima en el periodo 2017?  ¿En qué medida la Motivación <u>Inspiracional</u> incide en la dirección de la empresa GHI SAC en la ciudad de Lima en el periodo 2017?  ¿De qué modo la Influencia Idealizada se relaciona con el control de la empresa GHI SAC en la ciudad de Lima en el periodo 2017?</p>	<p><b>ESPECÍFICOS:</b> Analizar de qué manera la consideración individualizada repercute en la planificación de la empresa GHI SAC en la ciudad de Lima en el periodo 2017  Estudiar la incidencia de la estimulación intelectual en la organización de la empresa GHI SAC en la ciudad de Lima en el periodo 2017  Identificar en qué medida la motivación <u>inspiracional</u> incide en la dirección de la empresa GHI SAC en la ciudad de Lima en el periodo 2017</p>	<p><b>SECUNDARIOS:</b> Si el líder practica de manera correcta la consideración individualizada, esta influirá positivamente en la planificación de la empresa GHI Consultores Empresariales SAC en la ciudad de lima en el periodo 2017  Si el Líder motiva a una mayor estimulación intelectual, la organización y las funciones de la empresa serán mucho más prácticas para ejecutar en la empresa GHI Consultores Empresariales SAC en la ciudad de lima en el periodo 2017  Si existiera un alto sentido de motivación <u>inspiracional</u> por parte del líder, la dirección tendría mejor coordinación, estimulación y optimismo en la empresa GHI Consultores Empresariales SAC en la ciudad de lima en el periodo 2017  Si se transmitiría emotivamente la influencia idealizada a todos los colaboradores a través del líder, el control sería mucho más</p>	<p><b>Variable Dependiente</b>  Gestión Empresarial</p>	<p>1.- Planeación 2. Organización 3.- Dirección 4.- Control</p>	<p><b>INDICADORES V.D.</b>  Metas/Objetivos  Roles/Productividad  Liderazgo  Supervisión</p>

	Explicar de qué modo la influencia idealizada se relaciona con el control de la empresa GHI SAC en la ciudad de Lima en el periodo 2017	cómo en la empresa GHI Consultores Empresariales SAC en la ciudad de Lima en el periodo 2017.			
--	---	---	--	--	--

## ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM
LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL	<p>El líder transformacional tiene éxito al cambiar la base motivacional del individuo desde una motivación regular hasta llevarla al compromiso. Los líderes transformacionales elevan los deseos de logros y autodesarrollos de los seguidores, mientras que a la vez promueven el desarrollo de grupos y organizaciones.</p> <p>En vez de responder al auto-interés inmediato de los seguidores como resultado del palo o la zanahoria, los líderes transformacionales despiertan en el individuo un alto conocimiento de temas claves para el grupo y la organización, mientras aumentan la confianza de los seguidores, gradualmente los mueven desde los intereses para la existencia hacia intereses para logros, crecimiento y desarrollo (Burns, 1978). Citado por (Méndez, 2009)</p>	<p>El liderazgo transformacional se da a entender como el liderazgo que origina una transformación indiscutible y beneficiosa para los colaboradores.</p> <p>Un guía transformacional se focaliza en "Convertir" a las personas cooperando recíprocamente, a considerar a las demás personas, a animarlos, a fin de contemplar la empresa de afuera. En esta disposición, el Líder incrementa el estímulo, la ética y la productividad de su equipo de colaboradores. (Castro ,2015)</p>	<p>CONSIDERACION INDIVIDUALIZADA</p> <p>ESTIMULACION INTELLECTUAL</p> <p>MOTIVACIÓN INSPIRACIONAL</p> <p>INFLUENCIA IDEALIZADA</p>	<p>APOYO/ PERSONAL</p> <p>CREATIVIDAD</p> <p>POSITIVISMO</p> <p>ACTITUD</p>	<p>1.- ¿El líder de tu empresa respeta y estimula tu desarrollo personal?</p> <p>2.- ¿El líder de tu empresa te brinda asesoramiento en alguna tarea complicada?</p> <p>3.- ¿El líder promueve tu creatividad a través de nuevas perspectivas ante la solución de los problemas?</p> <p>4.- ¿Trabajan juntos tu inteligencia y racionalidad para las dificultades del día a día?</p> <p>5.- ¿Te comunicaron acerca de las metas propuestas del trabajo que realizas?</p> <p>6.- ¿Desafía tus destrezas para aumentar tu talento?</p> <p>7.- ¿Te invita imitarlo y superarlo?</p> <p>8.- ¿Mide tu rendimiento a través de actividades o tareas relacionadas a tu trabajo?</p>

GESTIÓN EMPRESARI AL	La gestión empresarial o también llamada gerencia administrativa o ciencia social y técnica encargada de analizar y/o estudiar la estructura de las empresas y la forma como se administran los medios, procedimientos y logros de sus tareas. Incluye la administración, la economía, la contabilidad, el marketing, la administración estratégica, etc. En conclusión la gestión empresarial es utilizar los 4 pilares fundamentales de la administración ya conocidos con el solo fin de lograr los objetivos establecidos en una entidad pública o privada. (Córdoba, 2011)	Es el ejercicio que toda empresa realiza a través de los recursos humanos para dar un mejor rendimiento, compromiso con los clientes, calidad de producto y/o servicio y sobre todo aumentar la capacidad de competencia con las demás empresas. Dentro del término gestión, este busca ejecutar las tareas de forma eficaz y eficiente reconociendo las estrategias para llevar a cabo dichas actividades con el propósito de generar utilidades y llegar al éxito. León, C. y otros:(2007) Gestión empresarial para <u>agronegocios</u> . Edición electrónica gratuita.	PLANEACIÓN	METAS/OBJETIVOS	1.- ¿El líder te explicó la meta general y las metas específicas de tu trabajo para llegar a las meta de ventas?  2.- ¿En las reuniones de trabajo deja claro el plan estratégico de la empresa enfocado en las ventas?  3.- ¿Tienes claras tus funciones dentro de la empresa?  4.- ¿Participas en la toma de decisiones con respecto a las ventas?
			ORGANIZACIÓN	ROLES/PRODUCTIVIDAD	5.- ¿El líder logra despertar en ti el espíritu de trabajo en equipo?  6.- ¿Mantienes comunicación abierta con tu líder cuando existen problemas en el trabajo?
			DIRECCIÓN	LIDERAZGO	7.- ¿Monitorean tu trabajo para medir tus aportes y resultados?  8.- Al término del periodo.... ¿Se reúnen todos a discutir lo que se logró y lo que se debe corregir?
			CONTROL	SUPERVISIÓN	

**ANEXO 3: CUESTIONARIO DE LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL**



**CUESTIONARIO DE LA VARIABLE LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL  
"EL LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL INFLUYE EN LA GESTION  
EMPRESARIAL EN LA EMPRESA GHI CONSULTORES SAC"**

• Marque con una "X" la respuesta más conveniente para usted

1.- ¿El líder de tu empresa respeta y estimula tu desarrollo personal?

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

2.- ¿El líder de tu empresa te brinda asesoramiento en alguna tarea complicada?

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

3.- ¿El líder promueve tu creatividad a través de nuevas perspectivas ante la solución de los problemas?

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

4.- ¿Trabajan juntos tu inteligencia y racionalidad para las dificultades del día a día?

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre



**CUESTIONARIO DE LA VARIABLE LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL  
"EL LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL INFLUYE EN LA GESTION  
EMPRESARIAL EN LA EMPRESA GHI CONSULTORES SAC"**

• Marque con una "X" la respuesta más conveniente para usted

5.- ¿Te comunicaron acerca de las metas propuestas del trabajo que realizas?

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

6.- ¿Desafía tus destrezas para aumentar tu talento?

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

7.- ¿Te invita a imitarlo y superarlo?

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

8.- ¿Mide tu rendimiento a través de actividades o tareas relacionadas a tu trabajo?

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

**ANEXO 4: CUESTIONARIO DE GESTIÓN EMPRESARIAL**



**CUESTIONARIO DE LA VARIABLE GESTIÓN EMPRESARIAL  
"EL LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL INFLUYE EN LA GESTION  
EMPRESARIAL EN LA EMPRESA GHI CONSULTORES SAC"**

- Marque con una "X" la respuesta más conveniente para usted

1.- ¿El líder te explico la meta general y las metas específicas para llegar al objetivo de ventas?

- Nunca  
 Casi nunca  
 Algunas veces  
 Casi siempre  
 Siempre

2.- ¿En las reuniones de trabajo deja claro el plan estratégico de la empresa enfocado en las ventas?

- Nunca  
 Casi nunca  
 Algunas veces  
 Casi siempre  
 Siempre

3.- ¿Tienes claras tus funciones dentro de la empresa?

- Nunca  
 Casi nunca  
 Algunas veces  
 Casi siempre  
 Siempre

4.- ¿Participas en la toma de decisiones con respecto a las ventas?

- Nunca  
 Casi nunca  
 Algunas veces  
 Casi siempre  
 Siempre



**CUESTIONARIO DE LA VARIABLE GESTIÓN EMPRESARIAL  
"EL LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL INFLUYE EN LA GESTION  
EMPRESARIAL EN LA EMPRESA GHI CONSULTORES SAC"**

- Marque con una "X" la respuesta más conveniente para usted

5.- ¿El líder logra despertar en ti, el espíritu de trabajo en equipo?

- Nunca  
 Casi nunca  
 Algunas veces  
 Casi siempre  
 Siempre

6.- ¿Mantienes comunicación abierta con tu líder, cuando existen problemas en el trabajo?

- Nunca  
 Casi nunca  
 Algunas veces  
 Casi siempre  
 Siempre

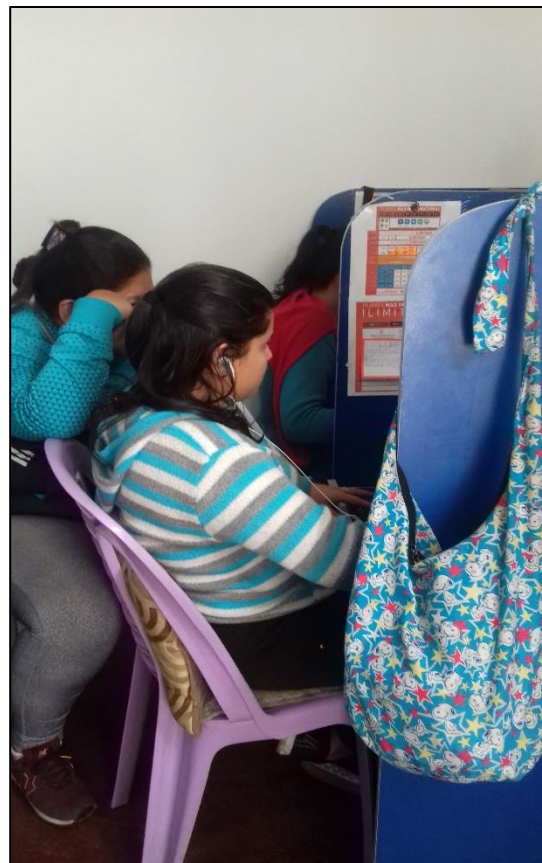
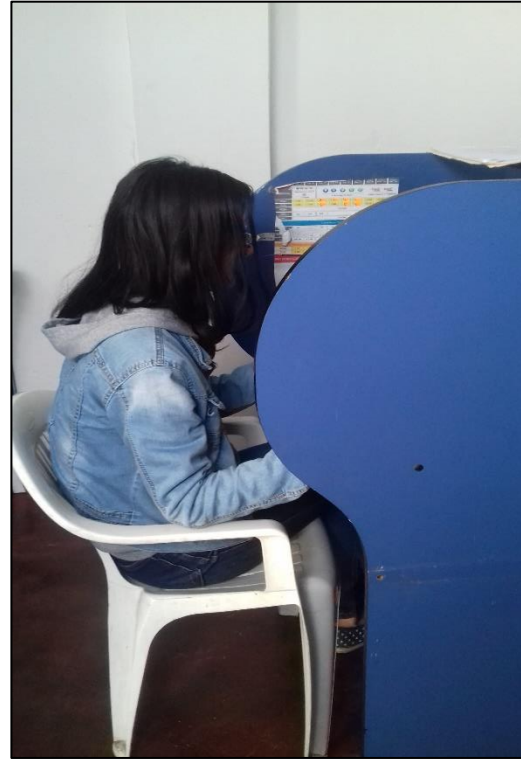
7.- ¿Monitorean tu trabajo para medir tus aportes y resultados?

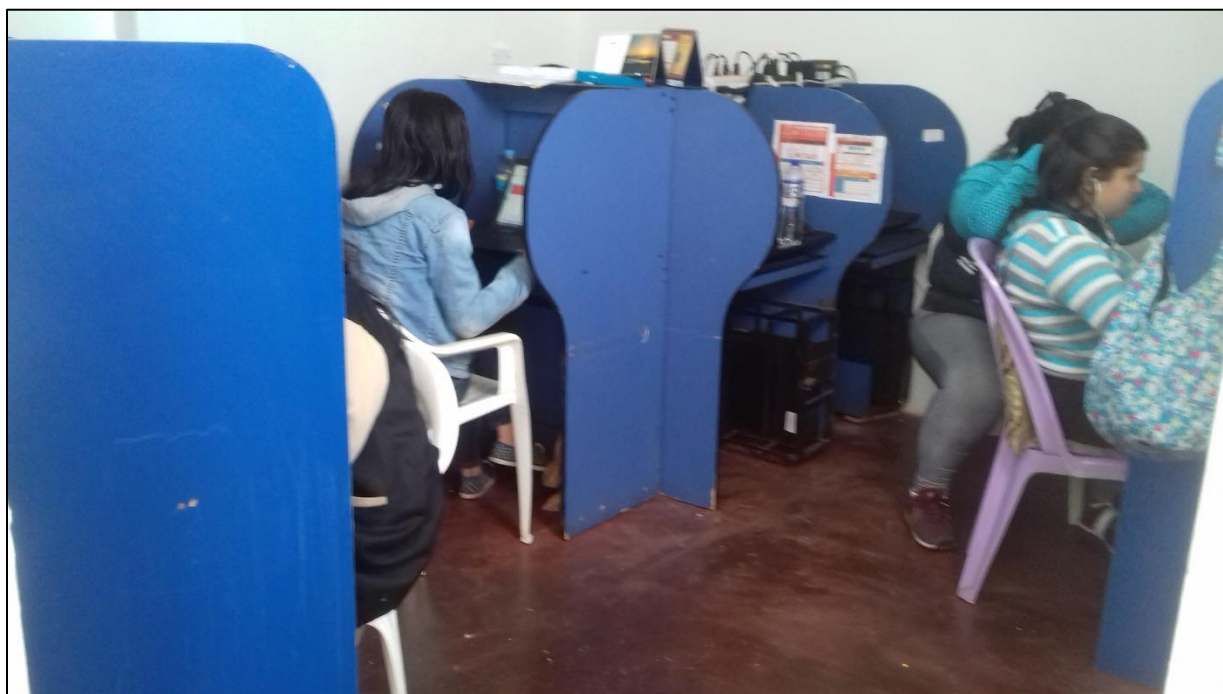
- Nunca  
 Casi nunca  
 Algunas veces  
 Casi siempre  
 Siempre

8.- Al término del periodo.... ¿Se reúnen todos para discutir lo que se logró y lo que se debe corregir?

- Nunca  
 Casi nunca  
 Algunas veces  
 Casi siempre  
 Siempre

**ANEXO 5: EVIDENCIA- INSTRUMENTO DE MEDICIÓN**







## ANEXO 6: EVALUACIÓN DE EXPERTOS

### VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

#### I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres del experto: Pelican Castro Juan  
 1.2. Institución donde Labora: UAP  
 1.3. Cargo que desempeña: DOCENTE  
 1.4. Mención de Maestría/Doctorado que ostenta: ADMINISTRACION  
 1.5. Nombre del Instrumento motivo de Evaluación:  
 (NOMBRE DEL CUESTIONARIO.....)  
 1.6. Título de la Tesis:  
**INFLUENCIA DEL LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL EN LA GESTIÓN  
 EMPRESARIAL EN EL ÁREA DE VENTAS DE LA EMPRESA GHI  
 CONSULTORES SAC, CIUDAD DE LIMA, PERIODO 2017-2018**  
 1.7. Autor del Instrumento: Milagros del Rocío Gómez Ticona

#### II. APRECIACIONES DEL EXPERTO:

Nº	PREGUNTAS	APRECIACIÓN		OBSERVACIONES
1	El Instrumento ¿Responde al planteamiento del problema?	SI (X)	NO ( )	
2	El Instrumento ¿Responde a las variables de estudio?	SI (X)	NO ( )	
3	Las dimensiones que se han considerado ¿Son las adecuadas?	SI (X)	NO ( )	
4	El Instrumento ¿Responde a la operacionalización de la variable?	SI (X)	NO ( )	
5	La estructura que presenta el instrumento ¿Facilita las opciones de respuesta?	SI (X)	NO ( )	
6	Las preguntas ¿Están redactadas de forma clara y precisa?	SI (X)	NO ( )	
7	¿El número de preguntas es el adecuado?	SI (X)	NO ( )	
8	¿Se debe eliminar alguna pregunta?	SI ( )	NO (X)	

#### III. REQUISITOS PARA CONSIDERAR UN INSTRUMENTO DE MEDICIÓN:

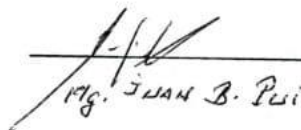
REQUISITOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy Bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
1. Confiabilidad, el instrumento producirá resultados consistentes y coherentes.					90%
2. Validez, el instrumento realmente mide la variable que se busca medir.					90%
3. Objetividad, el instrumento muestra ser permeable a la influencia de los sesgos y tendencias de la investigación.					90%

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90 %

#### IV. OPCIÓN DE APLICABILIDAD

- (X) El Instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado  
 ( ) El instrumento debe ser mejorado, antes de ser aplicado

Considerar las recomendaciones y aplicar el trabajo

  
 Mg. JUAN B. PELICAN CASTRO

## VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

### I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres del experto: JORGE BONILVA FERREYRAS  
 1.2. Institución donde Labora: UAP  
 1.3. Cargo que desempeña: DOCENTE  
 1.4. Mención de Maestría/Doctorado que ostenta: MG. ADM.  
 1.5. Nombre del Instrumento motivo de Evaluación:  
 (NOMBRE DEL CUESTIONARIO.....)  
 1.6. Título de la Tesis:  
**INFLUENCIA DEL LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL EN LA GESTIÓN  
 EMPRESARIAL EN EL ÁREA DE VENTAS DE LA EMPRESA GHI  
 CONSULTORES SAC, CIUDAD DE LIMA, PERIODO 2017-2018**  
 1.7. Autor del Instrumento: Milagros del Rocío Gómez Ticona

### II. APRECIACIONES DEL EXPERTO:

N°	PREGUNTAS	APRECIACIÓN		OBSERVACIONES
		SI (X)	NO ( )	
1	El Instrumento ¿Responde al planteamiento del problema?	SI (X)	NO ( )	
2	El Instrumento ¿Responde a las variables de estudio?	SI (X)	NO ( )	
3	Las dimensiones que se han considerado ¿Son las adecuadas?	SI (X)	NO ( )	
4	El Instrumento ¿Responde a la operacionalización de la variable?	SI (X)	NO ( )	
5	La estructura que presenta el instrumento ¿Facilita las opciones de respuesta?	SI (X)	NO ( )	
6	Las preguntas ¿Están redactadas de forma clara y precisa?	SI (X)	NO ( )	
7	¿El número de preguntas es el adecuado?	SI (X)	NO ( )	
8	¿Se debe eliminar alguna pregunta?	SI ( )	NO (X)	

### III. REQUISITOS PARA CONSIDERAR UN INSTRUMENTO DE MEDICIÓN:

REQUISITOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy Bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
1. Confiabilidad, el instrumento producirá resultados consistentes y coherentes.					95%
2. Validez, el instrumento realmente mide la variable que se busca medir.					95%
3. Objetividad, el instrumento muestra ser permeable a la influencia de los sesgos y tendencias de la investigación.					95%


PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95%

### IV. OPCIÓN DE APLICABILIDAD

- (X) El Instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado  
 ( ) El instrumento debe ser mejorado, antes de ser aplicado

Considerar las recomendaciones y aplicar el trabajo

  
J. BONILVA FERREYRAS  
 04641381  
 MAG. Administración

## VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

### I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres del experto: SUELDO HESONES JAIME  
 1.2. Institución donde Labora: UNIVERSIDAD ALU PERUVIANAS  
 1.3. Cargo que desempeña: DOCENTE INVESTIGACION  
 1.4. Mención de Maestría/Doctorado que ostenta: MAESTRÍA ADMINISTRACIÓN  
 1.5. Nombre del Instrumento motivo de Evaluación:  
 (NOMBRE DEL CUESTIONARIO.....)  
 1.6. Título de la Tesis:  
 INFLUENCIA DEL LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL EN LA GESTIÓN  
 EMPRESARIAL EN EL ÁREA DE VENTAS DE LA EMPRESA GHI  
 CONSULTORES SAC, CIUDAD DE LIMA, PERIODO 2017-2018  
 1.7. Autor del Instrumento: Milagros del Rocío Gómez Ticona

### II. APRECIACIONES DEL EXPERTO:

Nº	PREGUNTAS	APRECIACIÓN		OBSERVACIONES
1	El Instrumento ¿Responde al planteamiento del problema?	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO ( )	
2	El Instrumento ¿Responde a las variables de estudio?	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO ( )	
3	Las dimensiones que se han considerado ¿Son las adecuadas?	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO ( )	
4	El Instrumento ¿Responde a la operacionalización de la variable?	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO ( )	
5	La estructura que presenta el instrumento ¿Facilita las opciones de respuesta?	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO ( )	
6	Las preguntas ¿Están redactadas de forma clara y precisa?	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO ( )	
7	¿El número de preguntas es el adecuado?	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO ( )	
8	¿Se debe eliminar alguna pregunta?	SI ( )	NO <input checked="" type="checkbox"/>	

### III. REQUISITOS PARA CONSIDERAR UN INSTRUMENTO DE MEDICIÓN:

REQUISITOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy Bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
1. Confiabilidad, el instrumento producirá resultados consistentes y coherentes.					85%
2. Validez, el instrumento realmente mide la variable que se busca medir.					85%
3. Objetividad, el instrumento muestra ser permeable a la influencia de los sesgos y tendencias de la investigación.					85%


PROMEDIO DE VALORACIÓN:

85%

### IV. OPCIÓN DE APLICABILIDAD

- () El Instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado  
 ( ) El instrumento debe ser mejorado, antes de ser aplicado

Considerar las recomendaciones y aplicar el trabajo

  
 SR. JAIME PÍO SUELDO HESONES  
 DNI 43703437