



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“La percepción del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio de la empresa RANSA-Callao, 2017”

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

AUTORA

ROJAS CHINCHAY VILMA GLADYS

ASESOR

DR. FERNÁNDEZ SAUCEDO NARCISO

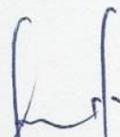
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

LIMA - PERÚ

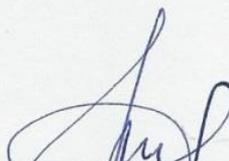
Año 2017

PAGINA DEL JURADO



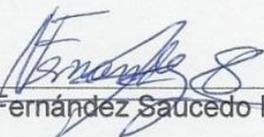
Dr. Dávila Arenaza Víctor

Presidente



Dr. Díaz Saucedo Antonio

Secretario



Dr. Fernández Saucedo Narciso

Vocal

Dedicatoria

El siguiente trabajo de tesis está dedicado a Dios permitirme llegar hasta aquí y brindarme la sabiduría, coraje y perseverancia que necesite a lo largo de mi carrera.

A mis padres y hermanas que es mi fortaleza, gracias por estar siempre conmigo en todo momento. Gracias por la paciencia que me han tenido y por el amor que me dan.

Agradecimiento

Al Dr. Fernández Saucedo Narciso, por haberme apoyado y orientado con mucha paciencia y dedicación durante la aplicación de la metodología requerida y necesaria para sacar adelante este trabajo de investigación.

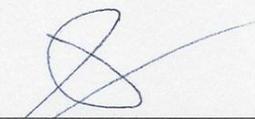
DECLARACION DE AUTENCIDAD

Yo Rojas Chinchay Vilma Gladys con DNI N° 40790719, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración que acompaño es veraz y auténtica.

Asimismo, declaro también bajo juramento que toda la información y los datos que presento en mi tesis son veraces y auténticos.

En este sentido me hago responsable de cualquier omisión, ocultamiento o falsedad de los documentos presentados, así como de la información brindada por lo cual de hallarse fraude, me someto a la sanción respectiva de acuerdo a las normas establecidas en la Universidad César Vallejo.

Lima, 15 Diciembre del 2017



Rojas Chinchay Vilma Gladys

Presentación

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, ante ustedes presento la tesis titulada “La percepción del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio de la empresa RANSA-Callao, 2017”, esta tesis la someto a su consideración, esperando que cumpla con los requisitos de aprobación vigentes en la Universidad, para obtener el título profesional de licenciado en Administración.

Vilma Gladys, Rojas Chinchay

Índice

CONTENIDO	i
PAGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARACION DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACION	vi
Índice	vii
ABSTRACT	x
I INTRODUCCIÓN	1
1.1 Realidad problemática	1
1.1 Trabajos previos	3
1.2 Teorías relacionadas al tema	4
1.3 Formulación del problema	11
1.4. Justification del studio	12
1.5. Objetivo	12
1.6. Hipótesis	13
II MÉTODO	14
2.1. Enfoque cuantitativo	14
2.2. Nivel de investigación	14
2.3. Tipo de investigación	14
2.4. Método de investigación: hipotético deductivo	14
2.3 Diseño de investigación	14
2.4. Variables, operacionalización	15
2.5. Población y muestra	16
2.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	17
2.5. Métodos de análisis de datos	19
2.6. Aspectos éticos	19
III RESULTADOS	20
IV DISCUSIÓN	34
V CONCLUSIÓN	36
VI RECOMENDACIONES	37
VII REFERENCIAS	38
VIII ANEXO	41
8.1. Matriz de consistencia	41
8.2. Instrumento	42
8.3. Validación de los instrumentos	47
8.4. Acta de aprobación	49
8.5. Turnitin	50
8.6. Autorización de publicación	51

INDICE DE TABLAS

		paginas
TABLA 1:	Operacionalización de variables	17
TABLA 2:	Validación de los instrumentos según juicio de experto	18
TABLA 3:	Resumen del procesamiento de los casos liderazgo gerencial transformacional	19
TABLA 4:	Estadísticos de confiabilidad alfa de Cronbach del liderazgo gerencial transformacional	19
TABLA 5:	Resumen del procesamiento de los casos calidad del servicio	19
TABLA 6:	Estadísticos de confiabilidad alfa de Cronbach calidad del servicio	19
TABLA 7:	Nivel de confiabilidad alfa de Cronbach	20
TABLA 8:	Resultados de variable: liderazgo gerencial transformacional	21
TABLA 9:	Resultados de variable: calidad de servicio	21
TABLA 10:	Resultados de dimensión1 : carisma	22
TABLA 11:	Resultado de dimensión 2:consideración individual	23
TABLA 12:	Resultado de dimensión 3: estimulación intelectual	23
TABLA 13:	Resultado de dimensión 4: motivación inspiracional	24
TABLA 14:	Resultado de dimensión 5: tangibilidad	25
TABLA 15:	Resultado de dimensión 6: fiabilidad	26
TABLA 16:	Resultado de dimensión 7: capacidad de respuesta	26
TABLA 17:	Resultado de dimensión 8: seguridad	27
TABLA 18:	Resultado de dimensión 9: empatía	28
TABLA 19:	Prueba de normalidad	29
TABLA 20:	Prueba de correlación de variable – hipótesis general	30
TABLA 21:	Coeficiente estandarizado de correlación	30
TABLA 22:	Prueba de correlación de variable – hipótesis específico 1	31
TABLA 23:	Prueba de correlación de variable-hipótesis específico 2	32
TABLA 24:	Prueba de correlación de variable – hipótesis específico 3	33
TABLA 25:	Prueba de correlación de variable-hipótesis específico 4	34

INDICE DE FIGURA

FIGURA 1:	Gráfico de barra: variable: liderazgo gerencial transformacional	32
FIGURA 2:	Diagrama porcentual: variable: liderazgo gerencial transformacional	32
FIGURA 3:	Grafico barra: variable: calidad del servicio	32
FIGURA 4:	Diagrama porcentual: variable :calidad del servicio	32
FIGURA 5:	Diagrama de barra :dimensión: carisma	33
FIGURA 6:	Diagrama porcentual: dimensión :carisma	33
FIGURA 7:	Diagrama de barra :dimensión: consideración individual	34
FIGURA 8:	Diagrama porcentual: dimensión :consideración individual	34
FIGURA 9:	Diagrama de barra :dimensión: estimulación intelectual	34
FIGURA 10:	Diagrama porcentual: dimensión :estimulación intelectual	34
FIGURA 11:	Diagrama de barra :dimensión: motivación inspiracional	35
FIGURA 12:	Diagrama porcentual: dimensión : motivación inspiracional	35
FIGURA 13:	Diagrama de barra :dimensión: tangibilidad	35
FIGURA 14:	Diagrama porcentual: dimensión :tangibilidad	35
FIGURA 15:	Diagrama de barra :dimensión: fiabilidad	36
FIGURA 16:	Diagrama porcentual: dimensión :fiabilidad	36
FIGURA 17:	Diagrama de barra :dimensión: capacidad de respuesta	37
FIGURA 18:	Diagrama porcentual: dimensión :capacidad de respuesta	37
FIGURA 19:	Diagrama de barra :dimensión: seguridad	37
FIGURA 20:	Diagrama porcentual: dimensión : seguridad	37
FIGURA 21:	Diagrama de barra :dimensión: empatía	38
FIGURA 22:	Diagrama porcentual: dimensión : empatía	38

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la relación de la percepción del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio de la empresa RANSA-Callao, 2017. Este estudio consistió en un diseño no experimental de corte transversal, cuya población estuvo conformado por 151 usuarios, de la cual se tomó una muestra, probabilístico aleatoria simple. Con 109 usuarios Adicionalmente, para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario, que fue construido en base a la escala tipo Likert. Cabe mencionar, que se realizó un trabajo piloto con 24 usuarios. De acuerdo a toda la información registrada y analizada en el programa SPSS utilizando el coeficiente del Alfa de Cronbach se obtuvo el nivel de fiabilidad, también se usó la prueba "r" de person y se analizaron e interpretaron los gráficos estadísticos, por lo cual se obtuvo como resultado que existe relación significativa de la percepción del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio de la empresa RANSA-Callao, 2017.

Palabra clave: liderazgo transformacional –calidad de servicio

ABSTRACT

The present investigation had as general aim determine the relation of the perception of the managerial leadership transformacional with the quality of the service of the company RANSA-Callao, 2017. That study consisted of a not experimental design of transverse court, which population was shaped by 151 users, of which a sample took, probabilístico random simple. With 109 users Adicionalmente, for the compilation of information the technology of the survey was in use and the instrument was the questionnaire, which there was constructed on the basis of the scale type Likert. It is necessary to mention, that carried out a pilot work with 24 users. In agreement to all the information registered and analyzed in the program SPSS using the coefficient of Cronbach's Alfa the level of reliability was obtained, also the test was used "r" of person and the statistical graphs were analyzed and interpreted, by which there was obtained as result that exists significant relation of the perception of the managerial leadership transformacional with the quality of the service of the company RANSA-Callao, 2017.

Key word: leadership transformacional - quality of service

I. INTRODUCCION

1.1 Realidad problemática

En el mundo empresarial, los acontecimientos económicos están cambiando los paradigmas establecidos, tal es así que los responsables necesitan redefinir de modo permanente, las estructuras empresariales. Es por ello que los trabajadores de cualquier empresa se encuentran en la actualidad en un proceso constante de aprendizaje, en donde se adoptan nuevas políticas y estrategias empresariales. Entonces nos vemos en la necesidad de evaluar las nuevas tendencias, en todas sus dimensiones, ya que serán relevantes para el futuro próximo de la empresa.

Anteriormente, los estudiosos del liderazgo se preocupaban por determinar las características comunes que poseen los líderes en cualquier empresa. Ahora, estos hallazgos son vistos como oportunidades de mejora para cualquier organización que se encuentre en camino a lograr sus metas, gracias a la dinámica generadora de cambios. Debido a esto, se hace necesario que los líderes de cada empresa deben ser positivos cuando se presentan cambios en su ambiente de trabajo, de esta manera contagian positivamente a sus adeptos y los motivan a alcanzar las metas que les ha propuesto la empresa.

El liderazgo está orientado a desarrollar varias habilidades de alta calidad humana que se complementan con las competencias que un líder-gerente debe demostrar tener. Se enfoca en una lista de rasgos que todo líder debe desarrollar y aprender durante el ejercicio de su práctica laboral, dicho liderazgo debe estar encaminado a lograr los objetivos que la empresa se ha trazado y a motivar el crecimiento constante en sus adeptos.

La calidad desde hace muchos años, ha sido tratada como un tema polémico debido a que no se puede definir de manera analítica. En una empresa, la evaluación de la calidad promovió la creación de departamentos de inspección y control, con el transcurrir del tiempo se logró demostrar que la calidad en una empresa, depende de todas áreas involucradas y no solo de un área específica. Por eso cuando una empresa obtiene reconocimiento todos los trabajadores de la misma son responsables de dicho logro ya que gracias a ellos se alcanzaron las metas propuestas, asimismo si una empresa baja su calidad o rendimiento, es

responsabilidad también de sus trabajadores, pues son ellos los llamados al cambio.

La calidad es la garantía que ofrece una determinada empresa y se mide a través de los niveles de satisfacción de sus clientes. Desde el punto de vista de los servicios prestados, la calidad involucra el compromiso con una actividad, de parte de los trabajadores y no solo se ciñe a cumplir con los estándares. El cliente apreciará la calidad de una empresa cuando siente que dicha empresa ha entendido sus necesidades y a través de la prestación de un servicio o producto, las cubre por completo, dejando satisfecho al consumidor.

Si tomamos en cuenta lo dicho en los párrafos anteriores, medir la calidad de una empresa es un proceso muy complejo. Hoy en día, el objetivo primordial de las empresas es asegurar la fidelidad de sus clientes cubriendo sus necesidades, para cumplir con este objetivo las empresas deben conocer las necesidades de sus clientes; ello permitirá que dicha empresa aumente sus ingresos y por ende se mantenga en el mercado. En este sentido, la gestión administrativa se relaciona directamente con la medición de la calidad en las empresas, en otras palabras, una buena gestión administrativa traerá consigo una empresa que sea reconocida por brindar servicios o productos de calidad.

En la empresa RANSA-Callao, se observa falta de liderazgo de parte del gerente de la empresa, lo cual trae consecuencia que los empleados se encuentren desmotivados y exista una baja productividad de parte de los empleados; ello es una señal preocupante para dicha empresa. Esto genera que los costos laborales se incrementen y por lo tanto dicho incremento afecta directamente en el costo de los productos que también se elevan. Asimismo existe una alta rotación del personal, lo cual hace que disminuya la cantidad de empleados que tienen experiencia. Por todo lo dicho anteriormente podemos concluir que la baja moral tiene un impacto negativo en el servicio, disminuyendo la calidad del servicio hasta el punto en que sus clientes no se mantienen en el tiempo.

Es por eso que el propósito de esta investigación es determinar la relación entre la percepción del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio de la empresa RANSA-Callao, 2017.

1.2 Trabajos previos

1.2.1 Antecedentes internacionales:

Carrión y Smith (2016), en su trabajo de investigación: “Análisis del Liderazgo transformacional basado en el modelo de las cuatro inteligencias, aplicado al personal de la empresa de transportes. Universidad de Oriente, Venezuela. Su objetivo fue determinar la relación del Liderazgo transformacional y el modelo de las cuatro inteligencias. El diseño de la investigación es no experimental, descriptivo correlacional. Se aplicó un cuestionario en escala de Likert. Su muestra fueron 46 trabajadores de la empresa de transportes. Se concluyó que el método de las cuatro inteligencias no prevalece en su estilo de liderazgo, pero podría desarrollarlos.

Cossio (2014), en su trabajo de investigación: Calidad del servicio de la empresa Textiles SAS y percepción del usuario. Universidad San Buena Ventura Bogotá, Colombia. Su objetivo fue determinar la relación entre Calidad del servicio y percepción del usuario. La metodología de la investigación es de tipo exploratorio descriptivo. Se aplicó la técnica de la observación y la entrevista aplicada a 450 usuarios. Se concluye que existe una relación significativa alta ($r_s = 0.654$, $p < 0.005$).

Ramírez y Col. (2014), en su trabajo de investigación: “Percepción de la calidad de la atención de los servicios y satisfacción del usuario en la Empresa Tecnologías Aplicadas S.A”. Universidad Internacional Mexicana, México. Su objetivo fue determinar la relación entre percepción de la calidad de la atención de los servicios y satisfacción del usuario. Se concluyó que existe una relación significativa estadísticamente alta ($r_s = 0.656$, $p < 0.05$) este estudio expresan que los resultados sugieren profundizar en el conocimiento en la calidad del servicio.

1.2.2 Antecedentes nacionales:

Huerta (2015), en su trabajo de investigación: “Calidad del servicio y nivel de satisfacción de los usuarios en la empresa A&V Inversiones y Proyectos Múltiples Cercado de Lima, Lima. UNMSM. Su objetivo fue diagnosticar la relación que existe entre calidad del servicio y nivel de satisfacción. La metodología es el hipotético deductivo de enfoque cuantitativo, el tipo de estudio es aplicada, con un diseño no experimental, descriptivo correlacional. La muestra fueron 110 trabajadores administrativos, a quienes se le aplicó un cuestionario en la escala

de Likert. Se concluyó que existe una relación significativa estadísticamente alta ($r_s = 0.855$, $p < 0.05$) entre Calidad del servicio y nivel de satisfacción.

Molocho (2010), en su trabajo de investigación: “Influencia del liderazgo transformacional en la gestión administrativa en la empresa A&G Almacenes SAC Lima. UNMSM. Su objetivo fue determinar la relación que existe entre liderazgo transformacional y la gestión administrativa. La metodología es el hipotético deductivo; es una investigación de tipo – descriptivo- explicativo utilizando el diseño correlacional y transversal. La muestra fueron 45 trabajadores administrativos, a quienes se les aplicó un cuestionario en la escala Likert. Se concluyó que existe una relación estadísticamente significaba alta ($r_s = 0.786$, $p < 0.05$) entre liderazgo transformacional en la gestión administrativa.

Salazar (2009), en su trabajo de investigación: “Calidad del servicio ofertado y satisfacción del usuario en la empresa A&N Fabricaciones y Mecanizados Industriales SAC, la Victoria. UNMSM. Su objetivo fue determinar la relación entre calidad del servicio ofertado y satisfacción del usuario. La metodología es el hipotético deductivo; su investigación es de tipo descriptivo y diseño no experimental, correlacional transaccional. La muestra fueron 125 usuarios a quienes se les aplicó un cuestionario en escala de Likert. Se concluyó que existe una relación significativa estadísticamente alta ($r_s = 0.789$, $p < 0.05$) entre Calidad del servicio ofertado y satisfacción del usuario.

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1 El liderazgo gerencial transformacional

En todas las empresas necesitamos generar cambio que va a tener una visión de alcanzar metas, con comunicación al grupo, motivándolos, llevándolos al compromiso, autodesarrollo en quien lo sigue, esto logra elevar el nivel del desempeño de la organización.

Gago (2006), señala:

Este tipo de liderazgo lucha por impulsar e identificar a todos los trabajadores de una empresa y a la vez restaurar sus creencias y actitudes, pues es un aspecto importante para la creación de la cultura misma. (p. 217)

El liderazgo y el comportamiento son considerados como conductas aprendidas, a pesar de eso se cree que existen características y cualidades

específicas que son necesarias en un líder, al respecto Stogdill (1948) realizó un estudio en donde se llegó a la conclusión de que en la actualidad no se han agrupado características universales que engloben la definición de liderazgo; no existe un grupo de características universales que definan el concepto de liderazgo; en resumen, las características y habilidades de un líder está determinada por una situación específica. (Stogdill, 1948, p.35)

Entonces, dependiendo de la realidad en donde se desenvuelve el líder, las características propias del líder de una empresa se definirá de acuerdo a las necesidades y demandas de los trabajadores y clientes. Robbins (2004, p. 343)

Menciona que el liderazgo está presente en aquella persona que soluciona eficazmente los problemas de la empresa..

Estilo transformacional:

Burns; Bennis y Nanus (1998) definieron:

El liderazgo transformacional motiva al crecimiento individual en los seguidores del líder. En este estilo, el líder se beneficia de los conocimientos y aptitudes de sus seguidores. (p.79).

La calidad de un servicio está conformada por los atributos que le dan valor. La calidad del producto se puede medir, a diferencia de la primera.

El líder es aquel que toma como primordiales las responsabilidades y a su vez entiende que su reto es motivar, dirigir, evaluar el desempeño, de formar equipos y hacer crecer a sus colaboradores para el logro de sus metas institucionales.

Castañeda L. (2000), hace mención:

Los líderes presentan características diversas; sin embargo, todos persisten frente a cualquier tropiezo o fracaso y tienen una idea clara respecto hacia dónde se dirigen y por qué lo hacen. (p.127)

Cruz (2007), menciona:

Vivimos la "Era de la Información" donde el recurso estratégico más importante es el conocimiento, el cual constituye también una ventaja competitiva fundamental. (Chiavenato, 2004, p. 52)

Liderazgo Transformacional

Bass (1981), presenta un modelo de "liderazgo transformacional" que se opone al "liderazgo transaccional" ya que este último se presenta como rutinario y

diario. El liderazgo que obtuvo mejores resultados en sus seguidores fue el liderazgo transformacional debido a que busca cambiar las bases motivacionales en sus seguidores, llevándola al compromiso; de esta manera los líderes aumentan sus ansias de alcanzar metas y el autodesarrollo en quienes lo siguen, promoviendo a su vez el crecimiento de organizaciones y grupos.

El liderazgo transformacional tiene cuatro componentes básicos.

Dimensión 1: Carisma. Los líderes a través de su carisma, se ganan la confianza, seguridad y el respeto de sus seguidores. Ellos inspiran en sus seguidores la realización de un esfuerzo extra con el fin de alcanzar niveles óptimos de desempeño y desarrollo.

Dimensión 2: Consideración Individualizada. Los líderes aconsejan, delegan, entrenan y retroalimentan a sus seguidores para su desarrollo personal, los atienden de manera personal, elevan el nivel de seguridad de sus seguidores.

Dimensión 3: Estimulación Intelectual. Los líderes fomentan de manera activa, la creatividad, enfatizan la re-examinación y el re-pensamiento de las presunciones subyacentes cada problema. Ellos emplean la lógica y la intuición para la resolución de problemas, estimulan el intelecto en sus seguidores incentivando la solución de problemas desde sus propias perspectivas, consiguiendo de esta manera que estos resuelvan los problemas de modo eficaz e independiente.

Dimensión 4: Motivación Inspiracional. Los líderes se muestran optimistas y entusiastas con sus seguidores y les dan ánimos para ser ambiciosos y alcanzar las metas que se propongan. (Bass, 1985; Burns, 1978).

De acuerdo a Bass, una organización flexible, las inseguridades, los cambios y problemas reclaman a líderes visionarios que inspiren determinación y seguridad, que sean capaces de ejercer influencia positiva en sus seguidores y los muevan a reunir esfuerzos como equipo para alcanzar las metas que la empresa se ha propuesto.

Yukl y Van Fleet (1982, pág. 90, en Bass, 1985, pág. 67, 1990, pág. 207), determinaron que la conducta inspiracional de un líder fomenta el entusiasmo en sus seguidores para realizar un trabajo cooperativo de modo que se alcancen los objetivos propuestos por la empresa.

Avolio, (1990) se suma en 1990 con el llamado “The Alliance of Total Quality and the Full Range of Leadership”, en el que incorpora las definiciones de liderazgo transformacional con las de gestión de calidad y muestra la manera en que se integran para dirigir y diseñar óptimamente organizaciones. Cada líder es el gestor a los miembros del equipo a tomar sus propios riesgos que pueden ocurrir al tomar una decisión e invita a todo el equipo de trabajo a desarrollar la innovación.

Indicadores de la dimensión “carisma”

Autoconfianza: demuestra una autoconfianza en sí mismo digno de resaltar.

Optimista: suele ser optimista.

Coherencia: es coherente en su modo de comportarse, no siendo caprichoso.

Capacidad: es capaz de escuchar.

Indicadores de la dimensión “consideración individual”

Propuesta: suele apoyar las propuestas de la empresa y lo que hago normalmente.

Empatía: me demuestra empatía comprendiendo mis sentimientos y necesidades.

Reflexión: anima a todos los trabajadores a reflexionar acerca de la manera en que desarrollan sus actividades.

Apoyo: el trabajador siente que el gerente lo apoya cuando este lo necesita.

Indicadores de la dimensión “estimulación intelectual”

Reflexión: anima al trabajador a encontrar maneras en las que puede mejorar su trabajo.

Crítica: el gerente permite que los trabajadores realicen críticas constructivas con la finalidad de mejorar su labor.

Claridad: el gerente expresa de manera clara y sencilla los objetivos que el trabajador debe lograr.

Indicadores de la dimensión “motivación inspiracional”

Realización: me implica en la realización de los grandes objetivos en empresa.

Valores: me implica en los valores clave en la empresa. Que contempla en el proyecto institucional.

Identidad: desarrolla un sentido de identidad en la empresa que es asumido y sentido por el personal.

1.3.2. Calidad del servicio

Una buena calidad de servicio sobre sus atributos da un buen resultado de los productos de la empresa y como consecuencia un alto resultado en la satisfacción de sus clientes. En este sentido la percepción de la calidad del servicio es la manera más válida, fiable y efectiva para medirla.

Al respecto Fegenbaun (1994), señaló:

Un servicio o producto es considerado de calidad cuando satisface al cliente, cubriendo sus necesidades. Entonces, la calidad depende de la percepción del cliente. Por lo tanto, las acciones de las empresas que quieran seguir siendo una competencia en el mercado laboral, deben estar orientadas a satisfacer las necesidades de sus clientes. (p.25)

De acuerdo con Fegenbaun, si una empresa no cubre las necesidades del cliente, en el producto que ofrece o en el servicio que brinda, en muy poco tiempo saldrá del mercado, pues no tendrán clientes, bajarán sus ingresos y tendrá pérdidas. Las empresas más conocidas, son aquellas que brindan productos y servicios de calidad, lo cual hace que el cliente se sienta satisfecho y por ende lo recomiende con sus amistades, de esta manera la empresa no solo mantiene la fidelidad de sus clientes, sino que gracias al buen servicio se hacen de clientes nuevos que traen consigo a otros clientes y así sucesivamente.

Parasuraman et, al. (1988) definió:

La calidad de servicio es medida mediante el análisis de las percepciones de los clientes, así se evitan posibles problemas que se producirían en caso de que se midiera la calidad a través del logro de las expectativas de la empresa. Además se señala que medir a través de las percepciones del cliente es más fiable, efectivo, válido y tiene mayor capacidad predictiva. (p. 25)

De acuerdo a Parasuraman es más certero medir la calidad de un producto o servicio de acuerdo a las percepciones de los clientes, quienes son los más beneficiados o perjudicados con el producto o servicio comprado. En este sentido, si la empresa tiene muy altas expectativas, no va a obtener calidad, pues para el gerente, lo empleados aún no llegan a ofrecer un producto o servicio de calidad. Es por eso que lo que se acostumbra es realizar encuestas para medir el grado de satisfacción del cliente y así conocer qué tan lejos o cerca se encuentra la empresa de ser catalogada como una de calidad.

Bitner y Gubert (1994), manifestaron:

En la actualidad, la calidad es un tema controversial, debido a que se basa en el juicio personal que emiten los clientes acerca de la superioridad o excelencia de un servicio o empresa, entonces, la calidad está basada en una apreciación subjetiva. (p.69)

De acuerdo con Bitner y Gubert, como la calidad depende de una apreciación subjetiva, está no debe calificar a una empresa pues la percepción del cliente puede variar dependiendo de cómo le fue en el día, los problemas personales que pueda tener en su hogar, el estrés que le produzca su trabajo, su estado sentimental. Entonces, la medición de la calidad no es exacta, pero le da una idea al gerente, acerca del producto o servicio que brinde su empresa.

En este sentido, el cuestionario (SERVPERF) de 22 ítems permite evaluar la percepción en el modelo SERVQUAL de Parasuraman, et al (1985, 1988). Este cuestionario ha sido validado internacionalmente y se ha utilizado para medir la empatía, fiabilidad, tangibilidad, seguridad, y capacidad de respuesta de las empresas que brindan servicios.

La calidad del servicio empresarial

Donabedian, (1980), sostiene que la calidad del servicio de una empresa se evidencia en el nivel del logro de satisfacción de los clientes que buscan servicios en dicha empresa.

En este sentido Donabedian considera que la calidad se debe medir de acuerdo a la percepción que tengan los clientes, respecto a la atención brindada o al producto ofrecido. El nivel de satisfacción o insatisfacción que haya tenido el cliente, determina la calidad de la empresa, así está basada en una mera apreciación subjetiva de la realidad.

Luft y Hunt (2009) menciona que el grado de cumplimiento de los resultados de los productos de la empresa son altos. (p.23).

En este sentido si los trabajadores tienen carisma, y tienen una actitud positiva frente a la labor que desempeñan en la empresa, el cliente va a contagiarse de ello y también va a tener una percepción positiva del producto o servicio que ofrezca la empresa. Entonces los resultados siempre van a ser favorables para la empresa.

SERVPERF, emplea una encuesta de 22 ítems que permiten medir la calidad de servicio, según cuatro dimensiones: seguridad, tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta y empatía. (Parasuraman, et al, 1988).

Dimensión 1: Tangibilidad. Involucra todos los recursos con los que cuenta la empresa, tanto materiales como humanos.

Dimensión 2: Fiabilidad. Se mide a través del grado de precisión al momento de brindar un servicio.

Dimensión 3: Capacidad de respuesta. Se evidencia cuando el trabajador tiene disposición para ayudar a los clientes de manera rápida.

Dimensión 4: Seguridad. Se evidencia cuando los empleados practican la cortesía e inspiran seguridad y confianza en los empleados.

Dimensión 5: Empatía. Se evidencia cuando el gerente brinda un trato personalizado a sus clientes.

Indicadores de la dimensión “Tangibilidad”

Modernidad: Los recursos materiales tienen un aspecto agradable (puertas, paredes, ventanas, pasillos, escaleras, etc.)

Atracción: Los recursos materiales se encuentran impecables o limpios.

Suficiencia: La limpieza de las instalaciones físicas (el edificio) así como las oficinas, y silletería, sea impecable.

Servicio: Las carteleras, anuncios, folletos, avisos de señalización u hojas informativas, sean visualmente atractivas.

Indicadores de la dimensión “Fiabilidad”

Cumplimiento: Siempre se cumpla con la fecha y hora que le asignan a un usuario para citas, exámenes u otros servicios programados.

Atención: La secuencia (orden) y continuidad con la que se presta la atención al usuario sea apropiada.

Confianza: El personal y otros empleados transmitan al usuario un alto grado de confianza.

Indicadores de la dimensión “capacidad de respuesta”

Tiempo: El tiempo de espera en la institución para pedir una cita, examen u otros servicios programados, es corto.

Atención: Los funcionarios siempre agilicen su trabajo para atenderle en el menor tiempo posible.

Indicadores de la dimensión “seguridad”

Conocimiento: El personal responde apropiadamente a las inquietudes o preguntas de los usuarios.

Apropiada: La solución dada por el personal y los empleados, a la necesidad del usuario, es apropiado.

Capacidad: El personal tiene toda la capacidad (conocimientos y habilidades) necesaria para solucionar los problemas de los usuarios.

Indicadores de la dimensión “empatía”

Trato: El trato dado a los usuarios por parte del personal es excelente

Comprensión: La comprensión de los empleados frente a las necesidades y sentimientos de los usuarios, es excelente

1.4 Formulación del problema

1.4.1 Problema General:

¿Cuál es la relación del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio en la Empresa RANSA-Callao, 2017?

Problemas Específicos:

Problema Específico 1

¿Cuál es la relación del carisma del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017

Problema Específicos 2

¿Cuál es la relación de la consideración individualizada del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017?

Problema Específico3

¿Cuál es la relación de la estimulación intelectual del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017?

Problema Específicos 4

¿Cuál es la relación entre la motivación inspiracional del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017?

1.5 Justificación

1.5.1. Justificación Teórica

Este trabajo de investigación permitió recopilar material bibliográfico variado, vasto y trascendental sobre el liderazgo gerencial y la calidad de servicio, lo cual servirá como sustento teórico para investigaciones posteriores que aborden las mismas o parecidas variables de estudio. Esta investigación se ha propuesto diseñar un sustento teórico que fundamente la ejecución de un tipo de gestión de la calidad en cualquier empresa.

1.5.2. Justificación metodológica

Este trabajo de investigación contiene instrumentos que permiten medir la percepción de la calidad de servicio, cuya validez y confiabilidad han sido demostradas y podrán ser utilizados en investigaciones posteriores que contengan cualquiera de las variables abordadas en esta investigación.

1.5.3. Justificación práctica

Este trabajo de investigación busca obtener los conocimientos necesarios para elevar el nivel de liderazgo gerencial transformacional del gerente en una determinada empresa y el clima institucional, tanto en la identidad institucional, relaciones interpersonales y dinámica institucional, pues el fracaso o éxito de una empresa dependerá de sus gerentes.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo general

Determinar la relación de la percepción del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017

1.6.2 Objetivos específicos

Objetivo específico 1

Identificar la relación de carisma del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017.

Objetivo específico 2

Identificar la relación de la consideración individual del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017.

Objetivo específico 3

Identificar la relación de la estimulación intelectual del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017.

Objetivo específico 4

Identificar la relación de la motivación inspiracional del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017.

1.7 Hipótesis

1.7.1 Hipótesis general

Existe relación significativa entre la percepción del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017

1.7.2 Hipótesis específicas

Hipótesis específica 1

Existe relación significativa entre el carisma del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017

Hipótesis específica 2

Existe relación significativa entre la consideración individualizada del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017

Hipótesis específica 3

Existe relación significativa entre la estimulación intelectual del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017

Hipótesis específica 4

Existe relación significativa entre la motivación inspiracional del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017

II. MÉTODO

2.1. Enfoque Cuantitativo

Es el enfoque cuantitativo porque se usa la recolección de datos de los clientes que fueron encuestados en la investigación para probar la hipótesis, con base en la medición numérica y el estadístico, para establecer patrones de comportamiento.

2.2. Nivel de investigación

Este estudio tiene nivel Descriptiva – Correlacional, pues consiste en describir situaciones, fenómenos, eventos y contextos; se enfoca en detallar cómo son y de qué manera se manifiestan. Es correlacional, pues tiene como objetivo conocer el grado de asociación o relación que existe entre las variables, en un contexto determinado.

2.3. Tipo de investigación

El tipo de investigación es aplicada. ANDÍA (2017) “busca la aplicación de los conocimientos que se adquieren a través de un marco histórico. Lo que le interesa al investigador son las consecuencias prácticas” (p.50).

Esta investigación es correlacional. Yuni y Urbano (2006):

Pretende señalar la relación que existe entre las dos variables de estudio, sin hacer distinciones entre la variable independiente y la dependiente. Su finalidad es señalar el comportamiento de una variable, en relación a la otra. (p.81).

2.4. Método de la investigación: hipotético deductivo

Se utilizó el método Hipotético – Deductivo, ya que el trabajo de investigación empieza de lo general y va hasta lo más específico

El método empleado es el hipotético deductivo, Bernal (2010).

”Consiste en emplear hipótesis estadísticas, cuyos resultados permiten afirmar o rechazar las hipótesis y los resultados se deben contrastar empíricamente (p.60).

2.5. Diseño de investigación

Esta investigación tiene un diseño no experimental de corte transversal, correlacional; pues no se manipularon las variables de estudio, solo se observaron en su ambiente natural, los instrumentos se aplicaron en un solo

momento, y el su propósito fue determinar si las dos variables de estudio están o no relacionadas entre sí.

Hernández, Fernández y Baptista (2010) afirman que:

Los diseños de investigación de corte transversal son aquello que recogen todos los datos que necesitan en un solo momento. Su finalidad es describir las variables y analizar su interrelación e incidencia en un momento dado. (p.151).

2.6 Variables

V1: Liderazgo gerencial transformacional

2.6.1 Definición conceptual

Gago (2006), el liderazgo gerencial transformacional busca reconocer e impulsar a todos los trabajadores de una empresa, restaurar sus actitudes y creencias, puesto que este es un aspecto muy importante para la formación de la cultura misma de la empresa. (p. 217)

2.6.2 Definición operacional

El liderazgo gerencial transformacional se compone de cuatro dimensiones: carisma, motivación inspiracional, estimulación intelectual y consideración individual; estas dimensiones dan origen a los ítems del cuestionario, dicho instrumento tiene su nivel de medición ordinal.

V2: Calidad del servicio

2.6.1 Definición conceptual

Fegenbaun (1994), la calidad del servicio abarca el total de características del mismo en la medida en que satisfaga las necesidades del cliente. Esta calidad se sustenta en la percepción del cliente, respecto a la satisfacción de sus necesidades. Ello representa siempre el objetivo de la empresa que está inmersa en el mercado competitivo. (p.25)

2.6.2 Definición operacional

La calidad del servicio se compone de cinco dimensiones: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía; estas dimensiones dan origen a los ítems del cuestionario, el instrumento que se aplicó para medir la calidad del servicio tiene su nivel de medición ordinal.

2.6.3 Operacionalización de variables

Tabla 1.

Variable	Dimensiones	Indicadores	item	Escalas y Valores
Variable: liderazgo gerencial transformacion al (X):	Carisma	x1.Autoconfianza x2.- Optimismo x3.- Coherencia x4.- Capacidad	1, 2, 3, 4	Ordinal
	Motivación inspiracional	x1.- Realización x2.- Valores x3- Identidad	5, 6, 7, 8	
	Estimulación intelectual	x1. -Reflexión x2.- Crítica x3.- Claridad	9, 10, 11	
	Consideración individual	x1.- Propuestas x2.- Empatía x3.- Reflexión x4.- Apoyo	12, 13,14	
Variable: Calidad del servicio (Y)	Tangibilidad	Y1.- Modernidad Y2.- Atracción Y3.- Suficiencia Y4.- Servicio	15,16,17, 18	Ordinal
	Fiabilidad	Y1.Cumplimiento Y2.- Atención Y3.- Confianza	19,20, 21	
	Capacidad de respuesta	Y1.- Tiempo Y2.- Atención	22, 23	
	Seguridad	Y1.-Conocimiento Y2.- Apropiado Y3.- Capacidad	24,25, 26,27,28	
	Empatía	Y1.- Trato Y2.- Compresión		

2.7 Población y muestra

Población

La población consta de 151 usuarios por la Empresa RANSA-Callao, 2017

Muestra

La presente investigación estuvo conformado por 109 usuarios de la Empresa RANSA -Callao, 2017 que se obtuvo mediante el muestreo probabilísticos

aleatoria simple

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{(N-1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$
$$n = \frac{(151) \cdot (1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}{(150) \cdot (0.05)^2 + (1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)} = 108.59$$

Muestra final n=109 usuarios

2.8 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.8.1 Técnica

La técnica empleada en esta investigación fue la encuesta, que sirve para obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador (Gaudy, 2007, p.2)

2.8.2 Instrumento

El instrumento utilizado fue el cuestionario.

Las funciones básicas son: obtener por medio de la formulación de preguntas adecuadas, las respuestas que suministren datos necesarios para cumplir con los objetivos de la investigación. Para ello el investigador debe conocer muy bien el problema a investigar, los objetivos propuestos (o hipótesis), las variables y sus indicadores. Las preguntas de un buen cuestionario deben reunir dos cualidades confiabilidad y validez.

2.8.3 Validez de los instrumentos

La validación de los instrumentos se realizó a través del juicio de experto Tabla 2.

Validación de los instrumentos según juicio de experto

Nº	Datos de expertos	Nivel de validez
Experto 1	Dr. Pedro Costilla Castillo	Aplicable
Experto 2	Dr. Carlos Casma Zarate	Aplicable
Experto 3	Dr. Edwin Arce Álvarez	Aplicable

Nota: Opinión de expertos

2.8.4 Confiabilidad de los instrumentos.

Se aplicaron los instrumentos de medición al trabajo piloto conformado por 24 usuarios. Luego, se recolectaron los datos y se aplicó el estadístico Alfa de Cronbach para determinar la consistencia interna de los ítems, ya que ambas variables han sido medidas en escala ordinal.

Estadísticos de fiabilidad de Liderazgo gerencial transformacional

Tabla 3.
Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
casos	Validos	24	100,0
	excluidos	0	,0
	Total	24	100,0

a. Eliminación por esta pasada en todas las variables del procedimiento.

Tabla 4.
Estadísticos de fiabilidad

Alfa de cronbach	N	de elementos
0,901		14

Fuente: Elaboración propia

El coeficiente Alfa de Cronbach obtenido para el cuestionario Liderazgo gerencial transformacional es de 0,901. Este resultado según la tabla 7, permite afirmar que el instrumento Liderazgo gerencial transformacional empleado en la prueba piloto tiene una alta confiabilidad para los fines de la investigación.

Estadísticos de fiabilidad de la Calidad del servicio

Tabla 5.
Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
casos	Validos	24	100.0
	excluidos	0	.0
	Total	24	100.0

a. Eliminación por esta pasada en todas las variables del procedimiento.

Tabla 6.
Estadísticos de fiabilidad

Alfa de cronbach	N°de elementos
0,892	14

Fuente: elaboración propia

El coeficiente Alfa de Cronbach obtenido para el cuestionario Calidad del servicio es de 0,892. Este resultado según la tabla 7, permite afirmar que el instrumento Calidad del servicio empleado en la prueba piloto tiene una fuerte confiabilidad para los fines de la investigación.

La escala de valoración, para interpretar el coeficiente de confiabilidad de alfa de Cronbach es la siguiente:

Tabla 7

Niveles de confiabilidad

Valores	Nivel
De - 1 a 0	No es confiable
De 0,01 a 0,49	Baja confiabilidad
De 0,50 a 0,75	Moderada confiabilidad
De 0,76 a 0,89	Fuerte confiabilidad
De 0,90 a 1.00	Alta confiabilidad

Nota. Escala sugerida por Ruiz, (1998):

2.9. Métodos de análisis de datos:

Se aplicó el método estadístico ya que los resultados se obtuvieron a través de procedimientos descriptivos tales como figuras, porcentajes y tablas de frecuencias. Los resultados serán presentados en tablas con frecuencias y porcentajes.

Luego de recodificar las variables y asignarles los niveles y rangos para obtener los resultados se obtuvieron los estadísticos descriptivos.

La estadística inferencial comprende procedimientos y métodos que a través de la inducción a partir de una parte de la población determina sus propiedades.

2.10 Aspectos éticos

En el proceso de investigación se ha tomado en consideración los siguientes principios éticos de investigación: se ha respetado el conocimiento irrestricto de la información, el derecho a la autodeterminación y se ha dado un trato justo a los sujetos en estudio, la información obtenida está refrendada por sus autores y se ha respetado la identidad de los sujetos

III. RESULTADOS

3.1. El análisis descriptivo de datos

Variable1: liderazgo gerencial transformacional

Tabla 8

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	22	20,2	20,2	20,2
	A VECES	85	78,0	78,0	98,2
	CASI SIEMPRE	2	1,8	1,8	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

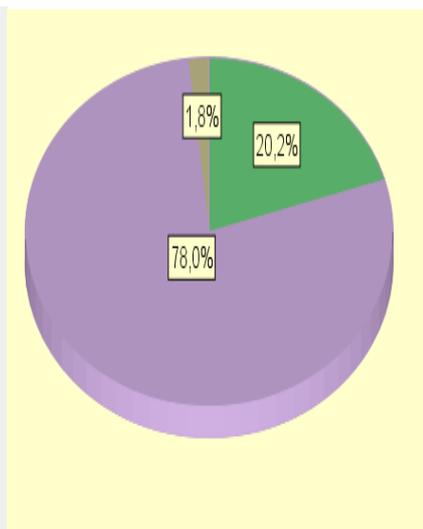
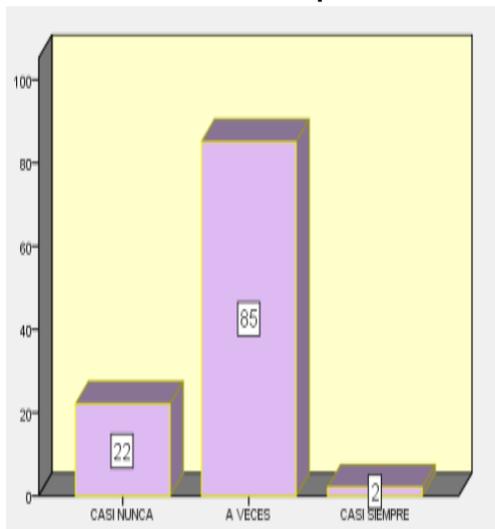


Figura 1 Grafico de barra

Figura 2 Diagrama porcentual

Interpretación

En la tabla 8, figura 1 y 2, observamos que 78% que representa 85 personas encuestadas del total, respondieron “a veces” en la relación a la variable estudiada llamada liderazgo gerencial transformacional perteneciente de la empresa Ranza,-Callao, 2017 así mismo se observa que el 20,2% que representa 22 personas respondieron “casi nunca” mientras que el 1,8 que representa 2 personas respondieron “casi siempre”.

Variable1: calidad del servicio Tabla 9

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	37	33,9	33,9	33,9
	A VECES	69	63,3	63,3	97,2
	CASI SIEMPRE	3	2,8	2,8	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

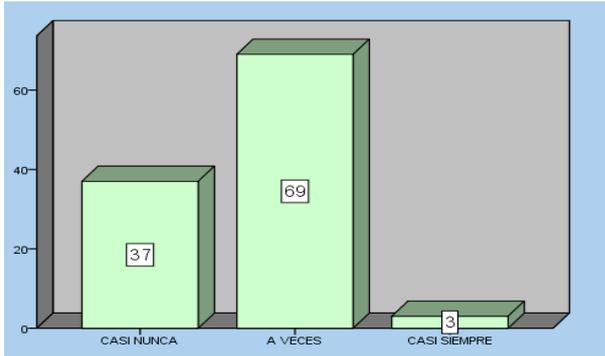


Figura 3 Grafico de barra

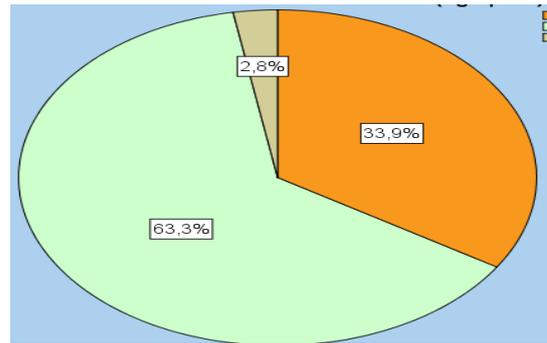


Figura 4 Diagrama porcentual

Interpretación

En la tabla 9, figura 3 y 4, observamos que 63,3 % que representa 69 personas encuestadas del total, respondieron “a veces” en la relación a la variable estudiada llamada calidad del servicio perteneciente de la empresa Ranza,-Callao, 2017 así mismo se observa que el 33,9% que representa 37 personas respondieron “casi nunca” mientras que el 2,8% que representa 3 personas respondieron “casi siempre”.

Dimensión 1: calidad de servicio: carisma

Tabla 10

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido CASI NUNCA	10	9,2	9,2	9,2
A VECES	89	81,7	81,7	90,8
CASI SIEMPRE	10	9,2	9,2	100,0
Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

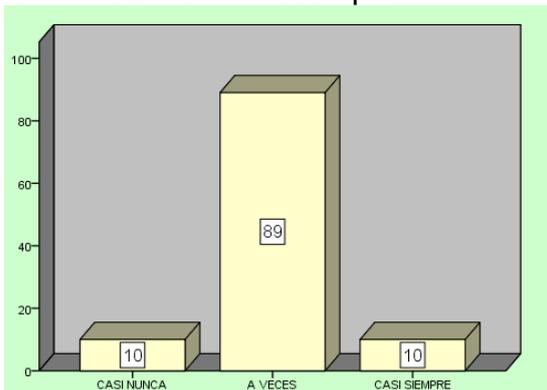


Figura 6 Grafico de barra

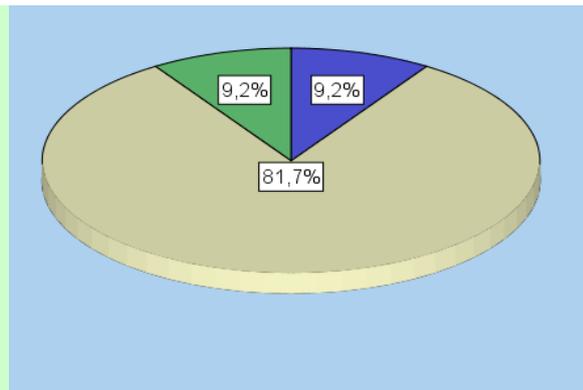


Figura 7 Diagrama porcentual

Interpretación

En la tabla 10, figura 5 y 6, observamos que 81,7% que representa 89 personas encuestadas del total, respondieron “a veces” en la relación a la dimensión estudiada llamada carisma perteneciente de la empresa Ranza,-Callao, 2017 así

mismo se observa que el 9,2% que representa 10 personas respondieron “casi siempre” mientras que el 9,2% que representa 10 personas respondieron “casi nunca”.

Dimensión 2: consideración individual

Tabla 11

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	33	30,3	30,3	30,3
	A VECES	45	41,3	41,3	71,6
	CASI SIEMPRE	30	27,5	27,5	99,1
	SIEMPRE	1	,9	,9	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

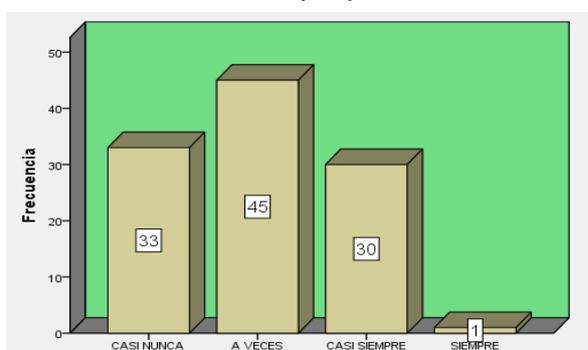


Figura 7 Diagrama barra

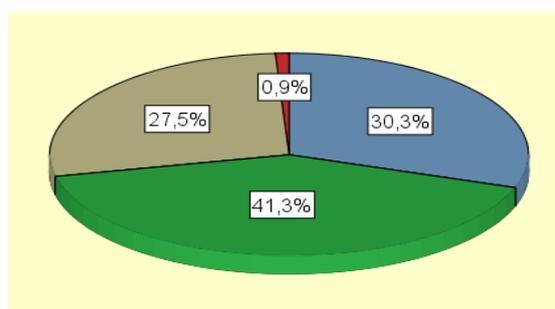


Figura 8 Diagrama porcentual

Interpretación

En la tabla 11, figura 7 y 8, observamos que 41,3% que representa 45 personas encuestadas del total, respondieron “a veces” en la relación a la dimensión estudiada llamada consideración individual perteneciente de la empresa Ranza,-Callao, 2017 así mismo se observa que el 30,3% que representa 33 personas respondieron “casi nunca” mientras que el 27,5% que representa 30 personas respondieron “casi siempre” y un 0,9% que representa 1 respondieron “siempre”.

Dimensión 3: estimulación intelectual

Tabla 12

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	10	9,2	9,2	9,2
	A VECES	62	56,9	56,9	66,1
	CASI SIEMPRE	37	33,9	33,9	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

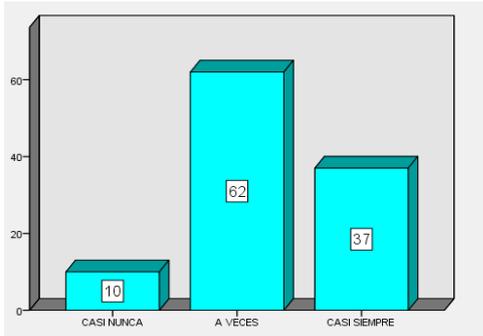


Figura 9 Diagrama de barra

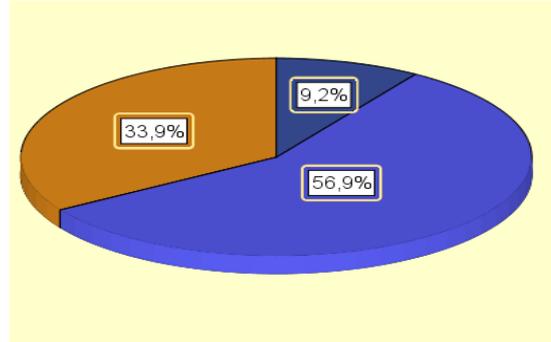


Figura 10 Diagrama porcentual

Interpretación

En la tabla 12, figura 9 y 10, observamos que 56,9% que representa 62 personas encuestadas del total, respondieron “a veces” en la relación a la dimensión estudiada llamada estimulación intelectual perteneciente de la empresa Ranza,-Callao, 2017 así mismo se observa que el 33,9% que representa 37 personas respondieron “casi siempre” mientras que el 9,2% que representa 10 personas respondieron “casi nunca”.

Dimensión 4: motivación inspiracional

Tabla 13

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	18	16,5	16,5	16,5
	A VECES	56	51,4	51,4	67,9
	CASI SIEMPRE	32	29,4	29,4	97,2
	SIEMPRE	3	2,8	2,8	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

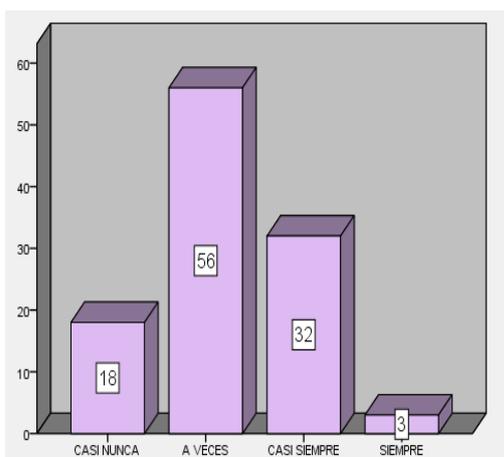


Figura 11 Diagrama barra

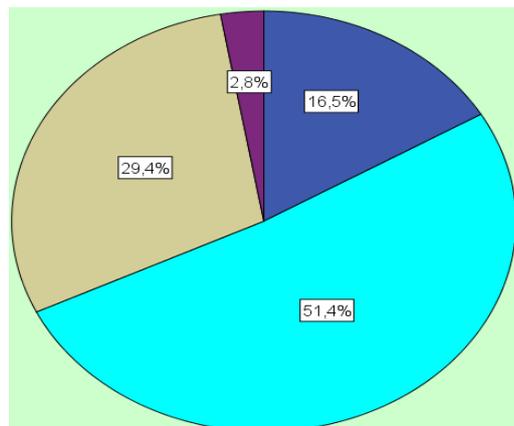


Figura 12 Diagrama porcentual

Interpretación

En la tabla 13, figura 11 y 12, observamos que 51,4% que representa 56 personas encuestadas del total, respondieron “a veces” en la relación a la dimensión estudiada llamada motivación inspiracional perteneciente de la empresa Ranza,-Callao, 2017 así mismo se observa que el 29,4% que representa 32 personas respondieron “casi siempre” mientras que el 16,5% que representa 18 personas respondieron “casi nunca ” y un 2,8% que representa 3 respondieron “siempre”.

Dimensión: Tangibilidad

Tabla 14

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido CASI NUNCA	19	17,4	17,4	17,4
A VECES	72	66,1	66,1	83,5
CASI SIEMPRE	18	16,5	16,5	100,0
Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

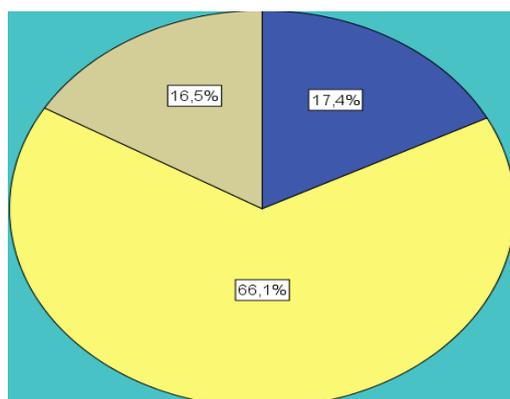
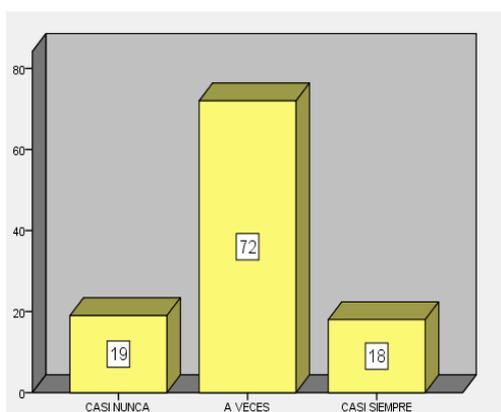


Figura 13 Diagrama barra

Figura 14 Diagrama porcentual

Interpretación

En la tabla 14, figura 13 y 14, observamos que 66,1% que representa 72 personas encuestadas del total, respondieron “a veces” en la relación a la dimensión estudiada llamada tangibilidad perteneciente de la empresa Ranza,-Callao, 2017 así mismo se observa que el 17,4% que representa 19 personas respondieron “casi nunca” mientras que el 16,5% que representa 18 personas respondieron “casi siempre”.

Dimensión: Fiabilidad

Tabla 15

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	7	6,4	6,4	6,4
	A VECES	81	74,3	74,3	80,7
	CASI SIEMPRE	21	19,3	19,3	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

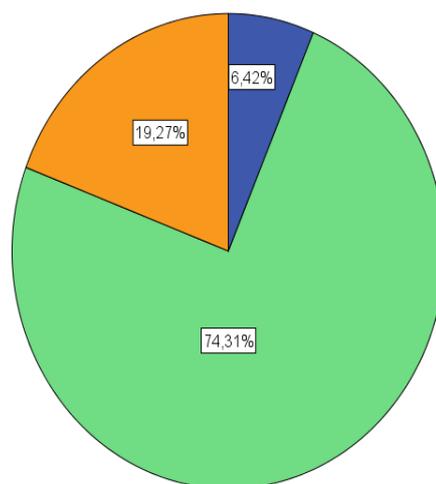
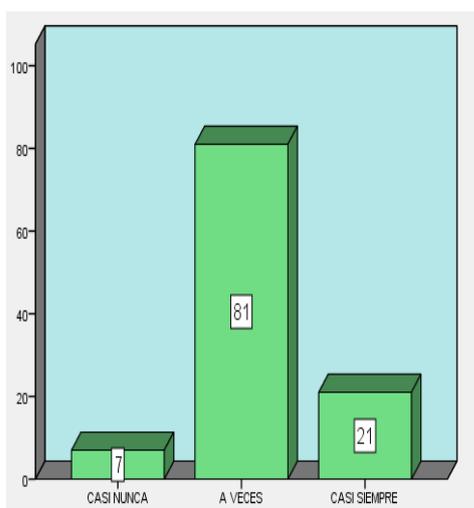


Figura 15 Diagrama barra

Figura 16 Diagrama porcentual

Interpretación

En la tabla 15, figura 15 y 16, observamos que 74,3% que representa 81 personas encuestadas del total, respondieron “a veces” en la relación a la dimensión estudiada llamada Fiabilidad perteneciente de la empresa Ranza,- Callao, 2017 así mismo se observa que el 19,3% que representa 21 personas respondieron “casi siempre” mientras que el 6,4% que representa 7 personas respondieron “casi nunca”.

Dimensión: Capacidad de respuesta

Tabla 16

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	9	8,3	8,3	8,3
	A VECES	70	64,2	64,2	72,5
	CASI SIEMPRE	30	27,5	27,5	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

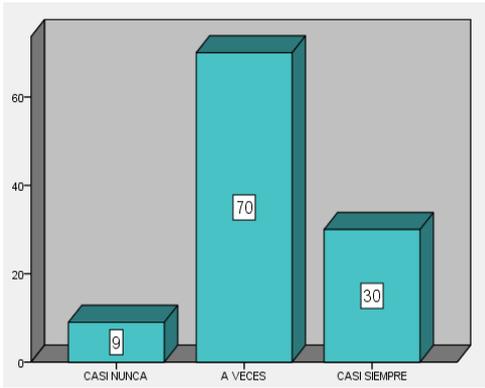


Figura 17 Diagrama barra

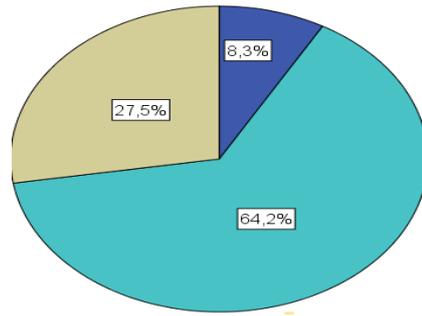


Figura 18 Diagrama porcentual

Interpretación

En la tabla 16, figura 17 y 18, observamos que 64,2% que representa 70 personas encuestadas del total, respondieron “a veces” en la relación a la dimensión estudiada llamada capacidad de respuesta perteneciente de la empresa Ranza,-Callao, 2017 así mismo se observa que el 27,5% que representa 30 personas respondieron “casi siempre” mientras que el 8,3% que representa 9 personas respondieron “casi nunca”.

Dimensión: seguridad

Tabla 17

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	CASI NUNCA	17	15,6	15,6	15,6
	A VECES	29	26,6	26,6	42,2
	CASI SIEMPRE	43	39,4	39,4	81,7
	SIEMPRE	20	18,3	18,3	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

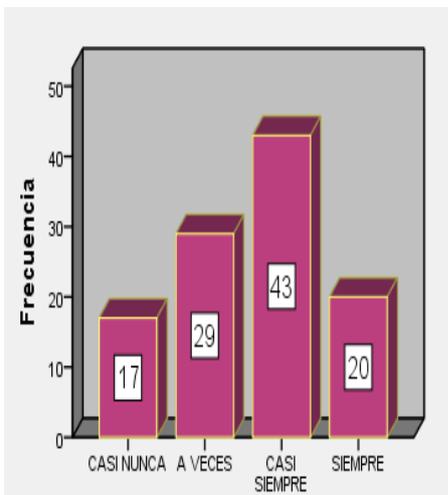


Figura 19 Diagrama barra

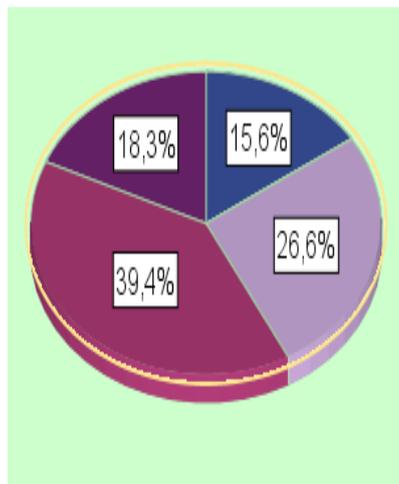


Figura 20 Diagrama porcentual

Interpretación

En la tabla 17, figura 19 y 20, observamos que 39.4% que representa 43 personas encuestadas del total, respondieron “casi siempre” en la relación a la dimensión estudiada llamada seguridad perteneciente de la empresa Ranza,- Callao, 2017 así mismo se observa que el 26,6% que representa 29 personas respondieron “a veces” mientras que el 18,3% que representa 20 personas respondieron “siempre” y un 15,6% que representa 17 respondieron “casi nunca”.

Dimensión: empatía

Tabla 18

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	15	13,8	13,8	13,8
	A VECES	58	53,2	53,2	67,0
	CASI SIEMPRE	35	32,1	32,1	99,1
	SIEMPRE	1	,9	,9	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

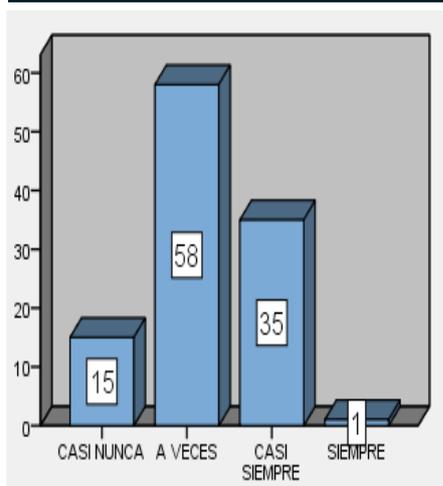


Figura 21 Diagrama barra

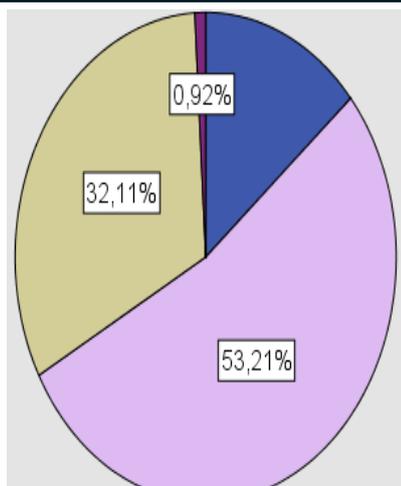


Figura 22 Diagrama porcentual

Interpretación

En la tabla 18, figura 21 y 22, observamos que 53,2% que representa 58 personas encuestadas del total, respondieron “a veces” en la relación a la dimensión estudiada llamada empatía perteneciente de la empresa Ranza,- Callao, 2017 así mismo se observa que el 32,1% que representa 35 personas respondieron “casi siempre” mientras que el 13,8% que representa 15 personas respondieron “casi nunca” y un 0,9% que representa 1 respondieron “siempre”.

3.1 Análisis Inferencial de los resultados

3.1.1 Prueba de normalidad

3.2. Hipótesis de Normalidad

(H0): Los datos presentan una distribución normal, se acepta

(H1): Los datos no presentan una distribución normal, se rechaza

TABLA 19

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
LIDERAZGO GERENCIAL TRANSFORMACIONAL (Agrupada)	,462	109	,000	,573	109	,000
CALIDAD DEL SERVICIO (Agrupada)	,386	109	,000	,685	109	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Según la tabla 19 observamos que con 109 datos corresponde aplicar el estadístico Kolmogorov –Smirnov además la significancia de la tabla que resulto menos que 0,05 y que $0.00 < 0,05$ determinaron que se utilice el estadístico no paramétrico Rho Serman.

3.3 Contrastación de interpretación

3.3.1. Hipótesis General

Existe relación significativa entre la percepción del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017

(H0): No existe relación significativa entre la percepción del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017

(H1): Si existe relación significativa entre la percepción del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017

Regla de decisión:

Sig. < 0,05, entonces se rechaza la Hipótesis nula (Ho). Y, se acepta Ha.

Sig. > 0,05, entonces se acepta la Hipótesis Nula (Ho)

Tabla 20

Prueba de Correlación de variable- Hipótesis General

Correlaciones

		LIDERAZGO GERENCIAL TRANSFORMACIONAL (Agrupada)	CALIDAD DEL SERVICIO (Agrupada)
Rho de Spearman	LIDERAZGO GERENCIAL TRANSFORMACIONAL (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,324**
		N	109
	CALIDAD DEL SERVICIO (Agrupada)	Coefficiente de correlación	,324**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	109

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

En la tabla 20 de correlación la prueba de Rho Spearman se muestra la existencia de una relación 0,324 lo cual indica que es una correlación positiva débil, según la tabla 21. Por tanto se rechaza a hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, con un nivel de significancia $p=0,001 < 0,05$.

Tabla 21

Coefficiente estandarizado de correlación

VALOR	SIGNIFICADO
0.00:	No existe correlación alguna entre las variables
0.01 a 0.24:	correlación positiva muy débil
0.25 a 0.49:	correlación positiva débil
0.50 a 0.74:	Correlación positiva media
0.75 a 0.89:	Correlación positiva considerable
0.90 a 0.99:	Correlación positiva muy fuerte
1.00	Correlación positiva perfecta

Nota. Escala de rango en relación a person, según Hernández et al (2014)

3.3.2 Hipótesis Específicos

Hipótesis Específicos 1:

Existe relación significativa entre el carisma del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017

(H0): No existe relación significativa entre el carisma del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017

(H1): Si existe relación significativa entre el carisma del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017

Regla de decisión:

Sig. < 0,05, entonces se rechaza la Hipótesis nula (Ho). Y, se acepta Ha.

Sig. > 0,05, entonces se acepta la Hipótesis Nula (Ho)

Tabla 22: Prueba de Correlación de Variables –Hipótesis Específicos 1

Correlaciones				
			CARISMA (Agrupada)	CALIDAD DEL SERVICIO (Agrupada)
Rho de Spearman	CARISMA (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,086
		Sig. (bilateral)	.	,375
		N	109	109
	CALIDAD DEL SERVICIO (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,086	1,000
		Sig. (bilateral)	,375	.
		N	109	109

Fuente: *Elaboración Propia*

Interpretación:

En la tabla 22 de correlación la prueba de Rho Spearman se muestra la existencia de una relación 0,086 lo cual indica que es una correlación positiva muy débil, según la tabla 21, Por tanto se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternativa, con un nivel de significancia $p=0,375 > 0,05$;

Hipótesis Específica N° 2

Existe relación significativa entre la consideración individualizada del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017

(H0): No existe relación significativa entre la consideración individualizada del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017

(H1): Si existe relación significativa entre la consideración individualizada del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017

Regla de decisión:

Sig. < 0,05, entonces se rechaza la Hipótesis nula (Ho). Y, se acepta Ha.

Sig. > 0,05, entonces se acepta la Hipótesis Nula (Ho)

Tabla 23: Prueba de Correlación de Variables- Hipótesis Especifico 2

Correlaciones				
			CONSIDERACION INDIVIDUAL (Agrupada)	CALIDAD DEL SERVICIO (Agrupada)
Rho de Spearman	CONSIDERACION INDIVIDUAL (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,416**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	109	109
	CALIDAD DEL SERVICIO (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,416**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	109	109

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

En la tabla 23 de correlación la prueba de Rho Spearman se muestra la existencia de una relación 0,416, lo cual indica que es una correlación positiva débil, según la tabla 21 Por tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, con un nivel de significancia $p=0,000 < 0,05$,

Hipótesis Específica N°3

Existe relación significativa entre la estimulación intelectual del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017

(H0): No existe relación significativa entre la estimulación intelectual del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017

(H1): Si existe relación significativa entre la estimulación intelectual del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017

Regla de decisión:

Sig. < 0,05, entonces se rechaza la Hipótesis nula (Ho). Y, se acepta Ha.

Sig. > 0,05, entonces se acepta la Hipótesis Nula (Ho)

Tabla 24: Prueba de Correlación de Variables – Hipótesis Específicos 3

			Correlaciones	
			ESTIMULACION INTELECTUAL (Agrupada)	CALIDAD DEL SERVICIO (Agrupada)
Rho de Spearman	ESTIMULACION INTELECTUAL (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1,000	,360**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	109	109
	CALIDAD DEL SERVICIO (Agrupada)	Coefficiente de correlación	,360**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	109	109

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

En la tabla 24 de correlación la prueba de Rho Spearman se muestra la existencia de una relación 0,360, lo cual indica que es una correlación positiva débil, según la tabla 21. Por tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, con un nivel de significancia valor $p=0,000 < 0,05$,

Hipótesis específica N°4

Existe relación significativa entre la motivación inspiracional del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017

(H0): No existe relación significativa entre la motivación inspiracional del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017

(H1): Si existe relación significativa entre la motivación inspiracional del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017

Regla de decisión:

Sig. < 0,05, entonces se rechaza la Hipótesis nula (Ho). Y, se acepta Ha.

Sig. > 0,05, entonces se acepta la Hipótesis Nula (Ho)

Tabla 25: Prueba de Correlación de Variables – Hipótesis Específicos 4

Correlaciones				
			MOTIVACION INSPIRACIONAL (Agrupada)	CALIDAD DEL SERVICIO (Agrupada)
Rho de Spearman	MOTIVACION INSPIRACIONAL (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,096
		Sig. (bilateral)	.	,322
		N	109	109
	CALIDAD DEL SERVICIO (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,096	1,000
		Sig. (bilateral)	,322	.
		N	109	109

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

En la tabla 25 de correlación la prueba de Rho Spearman se muestra la existencia de una relación 0,096 lo cual indica que es una correlación positiva muy débil, según la tabla 21, Por tanto se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternativa, con un nivel de significancia $p=0,322 > 0,05$;

IV. DISCUSION:

Según los resultados de la presente investigación, se determinó lo siguiente:

Hipótesis y objetivo general:

Se lo logró cumplir con el objetivo general de la presente investigación que es determinar la relación de la percepción del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio en la empresa RANSA- Callao, 2017. Los resultados obtenidos demuestran que existe relación significativa entre la percepción del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017. Estos resultados se relacionan con la investigación de Mendoza (2005) titulada “Estudio diagnóstico del perfil de Liderazgo Transformacional y Transaccional de gerentes de venta de una empresa farmacéutica (Tesis). Universidad Autónoma de TLXCALA; en donde se llegó a la conclusión que los liderazgos transformacional y transaccional influyen de manera significativa alta 75.00% en liderazgo transformacional y transaccional en las variables de resultado satisfacción, esfuerzo extra y efectividad.

Hipótesis y objetivo específico 1:

Se lo logró cumplir con el objetivo específico 1 de la presente investigación que es Identificar la relación de carisma del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017. Los resultados obtenidos demuestran que existe una relación positiva muy débil el carisma del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017. Estos resultados se relacionan con la investigación de Cossio (2014) titulada Calidad del servicio de la empresa Textiles SAS y percepción del usuario. Universidad San Buena Ventura Bogotá, Colombia; en donde se encontró una relación significativa alta ($r_s = 0.654$, $p < 0.005$).

Objetivo específico 2

Se lo logró cumplir con el objetivo específico 2 de la presente investigación que es Identificar la relación de la consideración individual del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017. Los resultados obtenidos demuestran que existe una relación positiva débil entre la consideración individual y la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017. Estos resultados coinciden con la investigación de Ramírez y Col. (2014)

titulada “Percepción de la calidad de la atención de los servicios y satisfacción del usuario en la Empresa Tecnologías Aplicadas S.A.”. Universidad Internacional Mexicana, México; en donde se encontró una relación significativa estadísticamente alta ($r_s = 0.656$, $p < 0.05$)

Objetivo específico 3

Se lo logró cumplir con el objetivo específico 3 de la presente investigación que es Identificar la relación de la estimulación intelectual del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017. Los resultados obtenidos demuestran que existe una relación positiva débil entre la estimulación intelectual del liderazgo gerencial y la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017. Estos resultados coinciden con la investigación de Salazar (2009) titulada “Calidad del servicio ofertado y satisfacción del usuario en la empresa A&N Fabricaciones y Mecanizados Industriales SAC, la Victoria, UNMSM; en donde se encontró una relación significativa estadísticamente alta ($r_s = 0.789$, $p < 0.05$) entre Calidad del servicio ofertado y satisfacción del usuario en la empresa A&N Fabricaciones y Mecanizados Industriales SAC, la Victoria.

Objetivo específico 4

Se lo logró cumplir con el objetivo específico 4 de la presente investigación que es Identificar la relación de la motivación inspiracional del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017. Los resultados obtenidos demuestran que existe una relación positiva débil entre la motivación inspiracional del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017. Estos resultados coinciden con la investigación de Molocho (2010) titulada “Influencia del liderazgo transformacional en la gestión administrativa en la empresa A&G Almacenes SAC Lima (Tesis Maestría). UNMSM; en donde se encontró una relación estadísticamente significativa alta ($r_s = 0.786$, $p < 0.05$) entre liderazgo transformacional en la gestión administrativa en la empresa A&G Almacenes SAC Lima

V. CONCLUSIONES:

Según los objetivos planteados y la contrastación de la hipótesis se llegó a las siguientes conclusiones:

Primera: Se determinó que existe una relación positiva débil entre la percepción del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio en la empresa RANSA- Callao, 2017. Los colaboradores respondieron que a la empresa le falta liderazgo gerencial transformacional y compromiso con sus obligaciones.

Segunda: Se determinó que existe una relación positiva muy débil entre el carisma del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017. Los colaboradores respondieron que el gerente no muestra empatía con sus trabajadores.

Tercera: Se determinó que existe una relación positiva débil la consideración individual del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017. Los colaboradores respondieron que el gerente no se preocupa por los intereses ni ambiciones de sus trabajadores, asimismo no muestra interés en conocerlos.

Cuarta: Se determinó que existe una relación positiva débil de entre la estimulación intelectual del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017. Los colaboradores respondieron que el gerente no capacita a sus trabajadores, ni busca que otra persona lo haga.

Quinta: Se determinó que existe una relación positiva débil entre la motivación inspiracional del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017. Los colaboradores respondieron que el gerente no inspira a sus trabajadores a sacar lo mejor de sí mismos. También respondieron que resalta sus virtudes como sí lo hace con sus errores.

VI. RECOMENDACIONES:

1. Se recomienda a los dueños de la empresa que capacite al gerente de la misma para que pueda obtener mejores resultados de parte de sus trabajadores, mostrando de esta manera su compromiso con la empresa lo cual repercutirá en los empleados.
2. Se recomienda al gerente asistir a talleres que potencialicen la empatía en los demás, de modo que se muestre carismático con sus empleadores y si alguno tiene una duda o busca un consejo, no dudará en buscarlo. Con ello se afianzará el vínculo entre el gerente y los empleados.
3. Se recomienda al gerente que desarrolle talleres vivenciales con sus trabajadores con la finalidad de generar vínculos de confianza. Asimismo se sugiere organizar espacios de conversación entre los empleados y el gerente en donde ellos se sientan en la libertad de poder ir en cualquier momento del día a hablar con su superior. De esta manera el gerente conoce más de sus empleados: intereses, ambiciones, logros, etc. Ello permitirá que el gerente explote mejor las habilidades de sus trabajadores.
4. Se recomienda al gerente organizar charlas informativas y de capacitación de tal modo que todos los empleados conociendo sus fortalezas y sus debilidades sean competentes en la labor que desempeñan en la empresa beneficiando a la empresa y a ellos mismos.
5. Se recomienda al gerente realizar talleres con los empleados, de manera que sientan motivados a alcanzar sus objetivos. Asimismo se sugiere establecer una dinámica de recompensas en donde se premie al trabajador del mes, inspirando a los demás empleados a alcanzar y pasar sus metas

VII.REFERENCIAS

- ALVA, Barrera y Chucos (2012). “Nivel de satisfacción del usuario ambulatorio sobre la calidad de atención que se brinda en la Posta Médica Naval de Ventanilla-2002”, (Tesis Maestría). UNFV, Lima
- AVOLIO, (1990) Una mirada a la cultura corporativa. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- BASS (1981) *Liderazgo transformacional* (1ª ed. 3ª reimp.). Buenos Aires: Novedades Educativas.
- CASTALLEDA L. (2000): *Los líderes que trascienden*. Editorial Coveñas. Lima – Perú.
- CRONIN y Taylor (1992) *Calidad en los servicios hospitalarios*. (6ª ed.). Madrid: Morata.
- CRUZ (2007), *La comunicación asertiva*. Lima: Talleres gráficos de Edías S.A.
- DAGLIO, M (2011). *Calidad en salud*. México DF: UNESCO
- DONABEDIAN, L. (1980). *Calidad de Servicio*. (6ª ed.). Madrid: Morata
- DUQUE, R. (2005), *Calidad en el servicio*(2ª. ed.). Buenos Aires: Ateneo
- ESPINOZA, R (2013) “*Satisfacción del usuario en la consulta externa del Centro de Salud José Leonardo Ortiz, Chiclayo*”
- FEGENBAUN, M. (1994) *Gestión de la calidad de salud*. (4^a.ed) Barcelona: Ariel
- FULLER, (2005) *El Liderazgo como criterio de calidad en el Modelo Europeo de Excelencia*. Editorial Coveñas. Lima – Perú
- GAGO, (2006) *El liderazgo en el clima institucional* Editorial Escuela Española.Madrid – España.
- GARCÍA, H (2013)“ *Percepción y expectativas de la Calidad de la Atención de los Servicios de Salud de los usuarios del Centro de Salud Delicias Villachorillos en el período Febrero-Mayo 2013*” (Título profesional).
- HERNÁNDEZ (2015) *Satisfacción del usuario* México: Mc Graw Hill
- KERLINGER, F (2008). *Investigación del Comportamiento*. México: Mc Graw Hill.

- LEÓN, G. (2012) Los factores que influyen en la percepción de la calidad de los usuarios externos de la clínica de la facultad de odontología de la UNMSM
- MENDOZA (2005) – Tesis, “*El liderazgo en el clima organizacional y sus repercusiones en la creación de valor*” Instituto Politécnico Nacional. UPIICSA – Distrito Federal – México.
- ORTIZ et al, A (2013) “*Consulta externa en instituciones de salud de Hidalgo, según la opinión de los usuarios*. (Tesis Maestría). Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México
- PARASURAMAN, VA Zeithaml, LL Berry (1988) *Calidad en el servicio* (2ª ed.). Buenos Aires: Ateneo
- RAMIREZ, G y Col, H (2014) “*Percepción de la calidad de la atención de los servicios de México, perspectiva de los usuarios*”. (Tesis Maestría) Universidad Tecnológica de Tula
- RODRIGUEZ, F (2012) La percepción de la calidad de atención, en el programa de planificación familiar, del Hospital Nacional Arzobispo Loayza
- ROJAS, M. (2006), *Perspectivas y percepciones del usuario*, Santiago de Chile: Santillana
- ROJAS, D. (2012) “Satisfacción del usuario en la consulta externa de los servicios de Medicina General, Cirugía, Ginecología y Pediatría del Hospital de Naylamp, EsSalud de Lambayeque, (Tesis Maestría en salud Pública).Universidad Peruana Cayetano Heredia, Lima
- SHIMABUKU, H (2014) El diseño de investigación fue el estudio descriptivo, retrospectivo. Del libro de reclamaciones del Instituto Nacional de Salud del Niño, entre julio 2011 y setiembre 2012
- TAMAYO, M. (2008) *Metodología de la Investigación científica*. (2ª ed.).México: Limusa.
- TSCHOHL, R (2001) *Calidad de Servicio*. (6ª ed.). Madrid: Morata
- URQUIAGA, H. (2013) “Medición de la calidad de servicio al usuario externo en el Centro de Salud Encañada – Red de Salud II Cajamarca, 2012”. (Tesis Maestría en salud Pública). Universidad Peruana Cayetano Heredia, Lima

VILLEGA et al, M. (2011) *Metodología de la investigación científica* Barcelona:
Herder

YUKI y Van Fleet (1982) *Liderazgo transformacional* Editorial Escuela
Española. Madrid – España.

VIII. ANEXOS

Anexo 1 Matriz de consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES/DIMENSIONES	METODOLOGIA	POBLACIÓN	TÉCNICA E INSTRUMENTOS																		
<p>¿Cuál es la relación entre la percepción del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017?</p> <p>PROBLEMAS ESPECIFICOS Problema Específico 1 ¿Cuál es la relación entre el carisma del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA – Callao, 2017?</p> <p>Problema Específicos 2 ¿Cuál es la relación entre la consideración individualizada del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA – Callao, 2017?</p> <p>Problema Específico3 ¿Cuál es la relación entre la estimulación intelectual del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA – Callao, 2017?</p> <p>Problema Específicos 4 ¿Cuál es la relación entre la motivación inspiracional del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA – Callao 2017?</p>	<p>Determinar la relación entre la percepción del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio en la Empresa RANSA - Callao, 2017</p> <p>OBJETIVOS ESPECIFICOS Objetivo específico 1 Identificar la relación de carisma del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio en la Empresa RANSA – Callao, 2017</p> <p>Objetivo específico 2 Identificar la relación de la consideración individual del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio en la Empresa RANSA – Callao, 2017</p> <p>Objetivo específico 3 Identificar la relación de la estimulación intelectual del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio en la Empresa RANSA – Callao, 2017.</p> <p>Objetivo específico 4 Identificar la relación de la motivación inspiracional del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio en la Empresa RANSA - Callao, 2017</p>	<p>Existe relación significativa entre la percepción del liderazgo gerencial transformacional y la calidad del servicio en la Empresa RANSA -Callao, 2017</p> <p>HIPOTESIS ESPECÍFICAS Hipótesis específica 1 Existe relación significativa entre el carisma del liderazgo gerencial transformacional y la calidad de los servicios en la Empresa RANSA -Callao, 2017</p> <p>Hipótesis específica 2 Existe relación significativa entre la consideración individual del liderazgo gerencial transformacional y la calidad de los servicios en la Empresa RANSA -Callao, 2017</p> <p>Hipótesis específica 3 Existe relación significativa entre la estimulación intelectual del liderazgo gerencial transformacional y la calidad de los servicios en la Empresa RANSA -Callao, 2017</p> <p>Hipótesis específica 4 Existe relación significativa entre la motivación inspiracional del liderazgo gerencial transformacional y la calidad de los servicios en la Empresa RANSA -Callao, 2017</p>	<p>V1: LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL DIMENSIONES</p> <table border="1"> <tr> <td>I Carisma</td> <td>1.1 Autoconfianza 1.2 Optimismo 1.3 Coherencia 1.4 Capacidad</td> </tr> <tr> <td>II Consideración individual</td> <td>2.1 Propuesta 2.2 Empatía 2.3 Reflexión 2.4 Apoyo</td> </tr> <tr> <td>III. Estimulación intelectual</td> <td>3.1 Reflexión 3.2 Crítica 3.3 Claridad</td> </tr> <tr> <td>IV. Motivación/ Inspiracional</td> <td>4.1 Realización 4.2.valores 4.3.identidad</td> </tr> </table> <p>V2: CALIDAD DE SERVICIO DIMENSIONES</p> <table border="1"> <tr> <td>I. Tangibilidad</td> <td>1.1.- Modernidad 1.2.- Atracción 1.3.- Suficiencia 1.4.- Servicio</td> </tr> <tr> <td>II Fiabilidad</td> <td>2.1.- Cumplimiento 2.2- Atención 2.3- Confianza</td> </tr> <tr> <td>III. Capacidad de respuesta</td> <td>3.1.- Tiempo 3.2.- Atención</td> </tr> <tr> <td>IV. Seguridad</td> <td>4.1 -Conocimiento 4.2.- Apropiado 4.3.- Capacidad</td> </tr> <tr> <td>V. Empatía</td> <td>5.1.- Trato 5.2.- Compresión</td> </tr> </table>	I Carisma	1.1 Autoconfianza 1.2 Optimismo 1.3 Coherencia 1.4 Capacidad	II Consideración individual	2.1 Propuesta 2.2 Empatía 2.3 Reflexión 2.4 Apoyo	III. Estimulación intelectual	3.1 Reflexión 3.2 Crítica 3.3 Claridad	IV. Motivación/ Inspiracional	4.1 Realización 4.2.valores 4.3.identidad	I. Tangibilidad	1.1.- Modernidad 1.2.- Atracción 1.3.- Suficiencia 1.4.- Servicio	II Fiabilidad	2.1.- Cumplimiento 2.2- Atención 2.3- Confianza	III. Capacidad de respuesta	3.1.- Tiempo 3.2.- Atención	IV. Seguridad	4.1 -Conocimiento 4.2.- Apropiado 4.3.- Capacidad	V. Empatía	5.1.- Trato 5.2.- Compresión	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN Aplicada</p> <p>DISEÑO No experimental, correlacional de corte transversal</p> <p>MÉTODO Hipotético deductivo</p>	<p>POBLACIÓN : La población estará conformado por 151 usuarios</p> <p>MUESTRA La muestra estará conformada por 109 usuarios.</p>	<p>TÉCNICA Encuesta</p> <p>INSTRUMENTO Cuestionario: Liderazgo transformacional Calidad del servicio</p> <p>ESTADÍSTICAS Los datos será procesados por el software estadístico SPSS</p>
I Carisma	1.1 Autoconfianza 1.2 Optimismo 1.3 Coherencia 1.4 Capacidad																							
II Consideración individual	2.1 Propuesta 2.2 Empatía 2.3 Reflexión 2.4 Apoyo																							
III. Estimulación intelectual	3.1 Reflexión 3.2 Crítica 3.3 Claridad																							
IV. Motivación/ Inspiracional	4.1 Realización 4.2.valores 4.3.identidad																							
I. Tangibilidad	1.1.- Modernidad 1.2.- Atracción 1.3.- Suficiencia 1.4.- Servicio																							
II Fiabilidad	2.1.- Cumplimiento 2.2- Atención 2.3- Confianza																							
III. Capacidad de respuesta	3.1.- Tiempo 3.2.- Atención																							
IV. Seguridad	4.1 -Conocimiento 4.2.- Apropiado 4.3.- Capacidad																							
V. Empatía	5.1.- Trato 5.2.- Compresión																							

Anexo 2

CUESTIONARIO SOBRE: LIDERAZGO GERENCIAL TRANSFORMACIONAL ENCUESTA A LA EMPRESA RANSA, CALLAO - 2017

A. INTRODUCCION:

Estimado trabajador, el presente cuestionario es parte de un trabajo de investigación que tiene por finalidad la obtención de información acerca del liderazgo que usted percibe de su jefe directo. La respuesta es anónima, por lo que se agradece conteste con sinceridad.

B. INDICACIONES:

Marque solo una respuesta (X) por cada pregunta, teniendo en cuenta:

5: Siempre

4: Casi siempre

3: A veces

2: casi nunca

1: Nunca

EN CUANTO AL LIDERAZGO GERENCIAL TRANSFORMACIONAL

DIMENSIONES	ITEM	1	2	3	4	5
Carisma	1. ¿Su jefe demuestra autoconfianza en sí mismo digno de resaltar?					
	2. ¿Su jefe suele ser optimista?					
	3. ¿Su jefe es coherente en su comportamiento, sin ser caprichoso ni impredecible?					
	4. ¿Su jefe es capaz de escuchar a sus subordinados?					
Consideración individual	5. ¿Su jefe suele apoyar las propuestas de la empresa?					
	6. ¿Su jefe le demuestra empatía comprendiendo sus sentimientos y necesidades?					
	7. ¿Su jefe lo anima a reflexionar sobre las formas tradicionales de hacer las cosas?					
	8. ¿Usted siente que puede					

	contar con el apoyo de su jefe cuando lo necesita?					
estimulación intelectual	9. ¿Su jefe lo anima a reflexionar sobre cómo puede mejorar su trabajo?					
	10. ¿Su jefe lo anima a realizar una crítica constructiva de su actuación o de sus ideas?					
	11. ¿Su jefe articula con claridad los objetivos que tiene que conseguir?					
Motivación inspiracional	12. ¿Su jefe lo implica en la realización de los grandes objetivos la empresa?					
	13. ¿Su jefe lo implica en los valores claves de la empresa que están contemplados en el proyecto institucional?					
	14. ¿Su jefe desarrolla un sentido de identidad en la empresa que es asumido y sentido por el persona?					

CUESTIONARIO SOBRE: LA CALIDAD DEL SERVICIO
ENCUESTA A LA EMPRESA RANSA, CALLAO - 2017

A. INTRODUCCION:

Estimado trabajador, el presente cuestionario es parte de un trabajo de investigación que tiene por finalidad la obtención de información acerca de la calidad del servicio que usted percibe en la empresa en la cual trabaja. La respuesta es anónima, por lo que se agradece conteste con sinceridad.

B. INDICACIONES:

Marque solo una respuesta (X) por cada pregunta, teniendo en cuenta:

5: Siempre

4: Casi siempre

3: a veces

2: casi nunca

1: Nunca

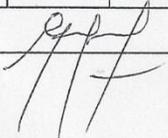
EN CUANTO A LA CALIDAD DEL SERVICIO

DIMENSIONES	ITEM	1	2	3	4	5
Tangibilidad	15. ¿Cree usted que las instalaciones físicas (paredes, puertas, ventanas, oficinas, pasadizo, etc.), tienen una apariencia agradable?					
	16. ¿Cree usted que la limpieza de las instalaciones físicas (el edificio) así como las oficinas, y silletería es impecable?					
	17. ¿Cree usted que la presentación personal de los empleados es excelente?					
	18. ¿Cree usted que las carteleras, anuncios, folletos, avisos de señalización u hojas informativas, son visualmente atractivas?					
Fiabilidad	19. ¿Con qué frecuencia se cumple con la fecha y hora que le					

	asignan a un cliente para citas, examen u otros servicios programados?					
	20. ¿Cree usted que la secuencia (orden) y continuidad con la que se presta la atención al cliente es apropiada?					
	21. ¿Cree usted que el personal y los demás empleados le transmiten a los clientes un alto grado de confianza?					
Capacidad de respuesta	22. ¿Cree usted que el tiempo de espera en la empresa para pedir una cita, examen u otros servicios programados, es el adecuado?					
	23. ¿Cree usted que los funcionarios siempre agilizan su trabajo para atender a los clientes en el menor tiempo posible?					
Seguridad	24. ¿Cree usted que el personal responde apropiadamente a las inquietudes o preguntas de los clientes?					
	25. ¿Cree usted que la solución dada por el personal y los empleados, a la necesidad del cliente es apropiada?					
	26. ¿Cree usted que el personal tiene toda la capacidad (conocimientos y habilidades) necesaria para solucionar los problemas de los clientes?					
Empatía	27. ¿Cree usted que el trato dado a los clientes por parte del personal es excelente?					
	28. ¿Cree usted que los empleados comprenden totalmente las necesidades y sentimientos de los clientes?					

Anexo3

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "La percepción del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio de la empresa RANSA-Callao, 2017"						
Apellidos y nombres del investigador: Vilma Gladys Rojas Chinchay						
Apellidos y nombres del experto: <u>Dr. EDWIN ARCE ALVAREZ</u>						
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO	
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTAS	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE / SUGERENCIAS
LIDERAZGO GERENCIAL TRANSFORMACIONAL	carisma	Autoconfianza	1. ¿ Su jefe demuestra una autoconfianza en sí mismo digna de resalta?	1. NUNCA 2. MUY POCAS VECES 3. ALGUNAS VECES 4. CASI SIEMPRE 5. SIEMPRE	<input checked="" type="checkbox"/>	
		Optimista	2. ¿ Su jefe es optimista?		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Coherencia	3. ¿ Su jefe es coherente en su comportamiento, sin ser caprichoso ni impredecible?		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Capacidad	4. ¿ Su jefe es capaz de escuchar a sus subordinados?	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Propuesta	5. ¿ Su jefe suele apoyar las propuestas de la empresa?		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Consideración individual	Empatía	6. ¿ Su jefe le demuestra empatía comprendiendo mis sentimientos y necesidades?		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Reflexión	7. ¿ Su jefe lo anima a reflexionar sobre las formastradicionales de hacer las cosas?		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Apoyo	8. ¿ Usted siente que puede Puedo contar con su apoyo cuando lo necesito?		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Estimulación intelectual	Reflexión	9. ¿ Su jefe lo anima a reflexionar cómo puedo mejorar su trabajo?		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Crítica	10. ¿ Me anima a realizar una crítica constructiva de su actuación o de sus ideas?		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Claridad	11. ¿ Su jefe articula con claridad los objetivos que tiene que conseguir?		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Motivación inspiracional	Realización	12. ¿ Su jefe lo implica en la realización de los grandes objetivos la Empresa.?		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Valores	13. ¿ Su jefe lo implica en los valores clave en la empresa que estan contemplando en el Proyecto Institucional?		<input checked="" type="checkbox"/>	
			14. ¿ su jefe desarrolla un sentido de identidad en la empresa que es asumido y sentido por el personal?		<input checked="" type="checkbox"/>	
Identidad						
CALIDAD DEL SERVICIO	tangibilidad	Modernidad	15. ¿ Cree usted que Las instalaciones físicas (paredes, puertas, ventanas, oficina, pasadizo, etc.), tienen una apariencia agradable?	1. NUNCA 2. MUY POCAS VECES 3. ALGUNAS VECES 4. CASI SIEMPRE 5. SIEMPRE	<input checked="" type="checkbox"/>	
		Atracción	16. ¿ Cree usted que la limpieza de las instalaciones físicas (el edificio) así como las oficinas, y silletería, sea impecable?		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Suficiencia	17. ¿ Cree usted que la presentacionpersonal de los empleados es excelentes?		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Servicio	18. ¿ Cree usted que las carteleras, anuncios, folletos, avisos de señalización u hojas informativas, sean visualmente atractivas?	<input checked="" type="checkbox"/>			
		19. ¿ Con que frecuencia se cumple con la fecha y hora que le asignan a un cliente para citas, exámenes u otros servicios programados?	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Fiabilidad	Cumplimiento	20. ¿ Cree usted la secuencia (orden) y continuidad con la que se presta la atención al usuario sea apropiada.		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Atención	21. ¿ Cree usted que le personal y los demas empleados le trasmiten a los clientes un alto grado de confianza?		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Capacidad de respuesta	Confianza	22. ¿ Cree usted que el tiempo de espera en la empresa para pedir una cita, examen u otros servicios programados , es el adecuado?		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Tiempo	23. ¿ Cree usted que los funcionarios siempre agilizan su trabajo para atender a los clientes en el menor tiempo posible?		<input checked="" type="checkbox"/>	
	seguridad	Atención	24. ¿ Cree usted que el personal responde apropiadamente a las inquietudes o preguntas de los clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>	
		conocimiento	25. ¿ Cree usted que la solución dada por el personal y los empleados , a la necesidad del usuario , es apropiado?		<input checked="" type="checkbox"/>	
		apropiada	26. ¿ Cree usted que el personal tiene toda la capacidad (conocimientos y habilidades) necesaria para solucionar los problemas de los Clientes?.		<input checked="" type="checkbox"/>	
	empatía	Capacidad	27. ¿ Cree usted que el trato dado a los clientes por parte del personal es excelente?		<input checked="" type="checkbox"/>	
		trato	28. ¿ Cree usted que los empleados comprenden totalmente las necesidades y sentimientos de los clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>	
compresión						
Firma del experto				Fecha	22/06/2017	
				Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.		

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "La percepción del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio de la empresa RANSA-Callao, 2017"							
Apellidos y nombres del investigador: Vilma Gladys Rojas Chinchay							
Apellidos y nombres del experto: Dr. PEDRO CASTILLO							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINION DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTAS	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE / SUGERENCIAS	
LIDERAZGO GERENCIAL TRANSFORMACIONAL	carisma	Autoconfianza	1. ¿ Su jefe demuestra una autoconfianza en sí mismo digna de resalta?	1. NUNCA 2. MUY POCAS VECES 3. ALGUNAS VECES 4. CASI SIEMPRE 5. SIEMPRE	/		
		Optimista	2. ¿ Su jefe es optimista?		/		
		Coherencia	3. ¿ Su jefe es coherente en su comportamiento, sin ser caprichoso ni impredecible?		/		
		Capacidad	4. ¿ Su jefe es capaz de escuchar a sus subordinados?		/		
	Consideración individual	Propuesta	5. ¿ Su Jefe suele apoyar las propuestas de la empresa?			/	
		Empatía	6. ¿ Su jefe le demuestra empatía comprendiendo mis sentimientos y necesidades?			/	
		Reflexión	7. ¿ Su jefe lo anima a reflexionar sobre las formas tradicionales de hacer las cosas?			/	
		Apoyo	8. ¿ Usted siente que puede contar con su apoyo cuando lo necesito?			/	
	Estimulación intelectual	Reflexión	9. ¿ Su jefe lo anima a reflexionar cómo puedo mejorar su trabajo?			/	
		Crítica	10. ¿ Me anima a realizar una crítica constructiva de su actuación o de sus ideas?			/	
		Claridad	11. ¿ Su jefe articula con claridad los objetivos que tiene que conseguir?			/	
	Motivación inspiracional	Realización	12. ¿ Su jefe lo implica en la realización de los grandes objetivos la Empresa.?			/	
		Valores	13. ¿ Su jefe lo implica en los valores clave en la empresa que están contemplando en el Proyecto Institucional?			/	
		Identidad	14. ¿ su jefe desarrolla un sentido de identidad en la empresa que es asumido y sentido por el personal?			/	
CALIDAD DEL SERVICIO	tangibilidad	Modernidad	15. ¿ Crea usted que Las instalaciones físicas (paredes, puertas, ventanas, oficina, pasadizo, etc.), tienen una apariencia agradable?		/		
		Atracción	16. ¿ Cree usted que la limpieza de las instalaciones físicas (el edificio) así como las oficinas, y silletería, sea impecable?		/		
		Suficiencia	17. ¿ Cree usted que la presentación personal de los empleados es excelentes?		/		
		Servicio	18. ¿ Cree usted que las carteleras, anuncios, folletos, avisos de señalización u hojas informativas, sean visualmente atractivas?		/		
	Fiabilidad	Cumplimiento	19. ¿ Con que frecuencia se cumple con la fecha y hora que le asignan a un cliente para citas, exámenes u otros servicios programados?		/		
		Atención	20. ¿ Cree usted la secuencia (orden) y continuidad con la que se presta la atención al usuario sea apropiada.		/		
		Confianza	21. ¿ Cree usted que el personal y los demás empleados le transmiten a los clientes un alto grado de confianza?		/		
	Capacidad de respuesta	Tiempo	22. ¿ Cree usted que el tiempo de espera en la empresa para pedir una cita, examen u otros servicios programados, es el adecuado?		/		
		Atención	23. ¿ Cree usted que los funcionarios siempre agilizan su trabajo para atender a los clientes en el menor tiempo posible?		/		
	seguridad	conocimiento	24. ¿ Cree usted que el personal responde apropiadamente a las inquietudes o preguntas de los clientes?		/		
		apropiada	25. ¿ Cree usted que la solución dada por el personal y los empleados, a la necesidad del usuario, es apropiada?		/		
	empatía	Capacidad	26. ¿ Cree usted que el personal tiene toda la capacidad (conocimientos y habilidades) necesaria para solucionar los problemas de los Clientes?		/		
		trato	27. ¿ Cree usted que el trato dado a los clientes por parte del personal es excelente?		/		
	compresión	compresión	28. ¿ Cree usted que los empleados comprenden totalmente las necesidades y sentimientos de los clientes?		/		
Firma del experto		Fecha 22/06/2017		Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.			

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la Investigación: "La percepción del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio de la empresa RANSA-Callao, 2017"						
Apellidos y nombres del investigador: Vilma Gladys Rojas Chinchay						
Apellidos y nombres del experto: Dr. CARLOS CAMA ZARATE						
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTAS	ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO	
					SI CUMPLE	NO CUMPLE / OBSERACIONES / SUGERENCIAS
LIDERAZGO GERENCIAL TRANSFORMACIONAL	carisma	Autoconfianza	1. ¿ Su jefe demuestra una autoconfianza en sí mismo digna de resalta?	1. NUNCA 2. MUY POCAS VECES 3. ALGUNAS VECES 4. CASI SIEMPRE 5. SIEMPRE	<input checked="" type="checkbox"/>	
		Optimista	2. ¿ Su jefe ser optimista?		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Coherencia	3. ¿ Su jefe es coherente en su comportamiento, sin ser caprichoso ni impredecible?		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Consideración individual	Capacidad	4. ¿ Su jefe es capaz de escuchar a sus subordinados?		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Propuesta	5. ¿ Su Jefe suele apoyar las propuestas de la empresa?		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Estimulación intelectual	Empatía	6. ¿ Su jefe le demuestra empatía comprendiendo mis sentimientos y necesidades?		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Reflexión	7. ¿ Su jefe lo anima a reflexionar sobre las formas tradicionales de hacer las cosas?		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Apoyo	8. ¿ Usted siente que puede contar con su apoyo cuando lo necesito?		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Motivación inspiracional	Reflexión	9. ¿ Su jefe lo anima a reflexionar cómo puedo mejorar su trabajo?		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Critica	10. ¿ Me anima a realizar una crítica constructiva de su actuación o de sus ideas?		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Claridad	11. ¿ Su jefe articula con claridad los objetivos que tiene que conseguir?		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Realización	12. ¿ Su jefe lo implica en la realización de los grandes objetivos de la Empresa?		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Identidad	Valores	13. ¿ Su jefe lo implica en los valores clave en la empresa que están contemplando en el Proyecto Institucional?		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Identidad	14. ¿ su jefe desarrolla un sentido de identidad en la empresa que es asumido y sentido por el personal?		<input checked="" type="checkbox"/>	
CALIDAD DEL SERVICIO	tangibilidad	Modernidad	15. ¿ Cree usted que Las instalaciones físicas (paredes, puertas, ventanas, oficina, pasadizo, etc.), tienen una apariencia agradable?	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Atracción	16. ¿ Cree usted que la limpieza de las instalaciones físicas (el edificio) así como las oficinas, y silletería, sea impecable?	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Suficiencia	17. ¿ Cree usted que la presentación personal de los empleados es excelentes?	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Fiabilidad	Servicio	18. ¿ Cree usted que las carteleras, anuncios, folletos, avisos de señalización u hojas informativas, sean visualmente atractivas?	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Cumplimiento	19. ¿ Con que frecuencia se cumple con la fecha y hora que le asignan a un cliente para citas, exámenes u otros servicios programados?	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Capacidad de respuesta	Atención	20. ¿ Cree usted la secuencia (orden) y continuidad con la que se presta la atención al usuario sea apropiada.	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Confianza	21. ¿ Cree usted que le personal y los demas empleados le trasmiten a los clientes un alto grado de confianza?	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Tiempo	22. ¿ Cree usted que el tiempo de espera en la empresa para pedir una cita, examen u otros servicios programados, es el adecuado?	<input checked="" type="checkbox"/>		
	seguridad	Atención	23. ¿ Cree usted que los funcionarios siempre agilizan su trabajo para atender a los clientes en el menor tiempo posible?	<input checked="" type="checkbox"/>		
		conocimiento	24. ¿ Cree usted que el personal responde apropiadamente a las inquietudes o preguntas de los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>		
	empatía	apropiada	25. ¿ Cree usted que la solución dada por el personal y los empleados, a la necesidad del usuario, es apropiada?	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Capacidad trato	26. ¿ Cree usted que el personal tiene toda la capacidad (conocimientos y habilidades) necesaria para solucionar los problemas de los Clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>		
	compresión	trato	27. ¿ Cree usted que el trato dado a los clientes por parte del personal es excelente?	<input checked="" type="checkbox"/>		
		compresión	28. ¿ Cree usted que los empleados comprenden totalmente las necesidades y sentimientos de los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>		
Firma del experto			Fecha 22/06/2017	Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.		



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 07
Fecha : 31-03-2017
Página : 1 de 1

Yo, DR. FERNÁNDO SAUCEDO NARCISO, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo filiar Lima sede Lima Norte, revisor de la tesis titulada "La percepción del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio de la empresa RANSA-Callao, 2017", del (de la) estudiante VILMA GLADYS ROJAS CHINCHAY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 24 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 23 marzo año 2018




Firma

DR. FERNÁNDEZ SAUCEDO NARCISO

DNI: 09044632

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

Feedback Studio - Google Chrome
 Es seguro | https://ev.turnitin.com/app/carta/es/?u=1052500377&o=895294152&u=2&lang=es

feedback studio | Percepción del Liderazgo Gerencial Transformacional y la Calidad de Servicio



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

La percepción del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio de la empresa RANSA-Cajao, 2017

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA
 ROJAS CHINCHAY VILMA GUADYS

ASESOR
 DR. FERNANDEZ SAUCEDO NARCISO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
 GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

Resumen de coincidencias

24 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver Fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

- 1 repositorio.unh.edu.pe 2 %
- 2 es.acad.com 1 %
- 3 Entregado a Universidad... 1 %
- 4 repositorio.unh.edu.pe 1 %
- 5 repositorio.unh.edu.pe 1 %
- 6 repositorio.unh.edu.pe 1 %
- 7 repositorio.lucv.edu.pe 1 %
- 8 www.funzaconfunides... 1 %




Página: 1 de 56 | Número de palabras: 11977

turnitin

Narciso Fernandez Saucedo | Información del usuario | Mensajes | Instructor | Español | Comunidad | Ayuda | Cerrar sesión

Ejercicios | Estudiantes | Boletín de notas | Bibliotecas | Calendario | Discusión | Preferencias

ESTÁS VIENDO: INICIO > DESARROLLO DE INVESTIGACIÓN 2017-2 > DPI

Acerca de esta página
 Esta es la bandeja de entrada de ejercicios. Para ver un trabajo, haga clic en el título del trabajo. Para ver un Reporte de Similitud, seleccione el icono de Reporte de Similitud del trabajo en la columna de similitud. Un icono atenuado indicará que el Reporte de Similitud no se ha generado todavía.

DPI
 BANDEJA DE ENTRADA | ESTÁS VIENDO: TRABAJOS NUEVOS

Informe de calificación en línea | Editar la configuración del ejercicio | Correo electrónico sin remitentes

AUTOR	TÍTULO	EMITIDO	NOTA	RESPUESTA	ARCHIVO	Nº DEL TRABAJO	FECHA
Vilma Rojas	Percepción del Liderazgo Gerencial Trans...	24%				935294152	23-mar-2018
Margione Alva	MARKETING DIGITAL Y COMPORTAMIENTO DE CO...	25%				880248005	04-dic-2017
Juan Diego Flores Ma...	El Coaching y el desempeño laboral en la...	27%				880143413	04-dic-2017
Lorena Vidal	tesis 05/12	27%				881648071	06-dic-2017
Rosa Brigitte Nicole...	Nivel de motivación de los trabajadores ...	29%				889964885	04-dic-2017
Andrino	TESIS_DESARROLLO_2017-II_DICIEMBRE_01 do...	30%				890051569	04-dic-2017
Mirca Alejandra Qui...	Matriz continua y estabilidad	31%				888443132	12-dic-2017

Página: 1 de 2



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“La percepción del liderazgo gerencial transformacional con la calidad del servicio de la empresa RANSA-Callao, 2017”

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

AUTORA

ROJAS CHINCHAY VILMA GLADYS

ASESOR

DR. FERNÁNDEZ SAUCEDO NARCISO



LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

LIMA - PERÚ

Año 2017