

Liderazgo transformacional: Estrategia de crecimiento empresarial en compañías de obras civiles de Ecuador

Transformation Leadership: Business Growth Strategy in Civil Works Companies in Ecuador

Lilia Nadia Dueñas Rivadeneira¹  0009-0004-8153-5556  lduenas2823@utm.edu.ec
Wilson Gabriel Moreira Sornoza²  0000-0002-4268-8048  wilson.moreira@utm.edu.ec

¹ Maestrante del programa de Administración de Empresas, Universidad Técnica de Manabí, Portoviejo, Ecuador

² Docente de la Carrera de Administración, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Portoviejo, Ecuador.

Clasificación JEL: B1; L82; M54

Recepción: 2023-07-08 / Aceptación: 2023-09-26 / Publicación: 2024-01-05

Citación/como citar este artículo: Dueñas, L., Moreira, W. (2024). Liderazgo transformacional: Estrategia de crecimiento empresarial en compañías de obras civiles de Ecuador. Revista ECA Sinergia, 15(1), 42-50. <https://doi.org/10.33936/ecasinergia.v15i1.5929>

RESUMEN

Las empresas de obras civiles en el Ecuador son empresas con un gran dinamismo económico y generadoras de fuentes de empleos. Para poder ser protagonista en el mercado donde compiten requieren de un liderazgo transformacional que involucre a todos a la consecución de los objetivos estratégicos. Esta investigación tiene el objetivo de analizar la práctica del liderazgo transformacional y las estrategias de crecimiento empresariales en empresas de obras civiles. Desde el punto de vista metodológico es una investigación cuantitativa, tipo de diseño descriptivo explicativo, en donde se aplicaron las técnicas de encuestas y entrevistas a 50 empleados y 2 directivos de la empresa Marpena S.A. Los resultados demuestran que el 40% consideran al líder como una fuente inspiradora, el 36% opinaron que se practica la motivación dentro de la entidad. Para que la empresa alcance sus objetivos estratégicos es necesario contar con un liderazgo transformacional que motive, inspire a los demás, capaces de comunicar, incentivar a los miembros del equipo que se lidera.

Palabras clave: Dinamismo económico, incentivar, motivación, comunicar, líder transformacional.
Códigos JEL: M54

ABSTRACT

Civil works companies in Ecuador are companies with great economic dynamism and generators of sources of employment. To be a protagonist in the market where they compete, they require transformational leadership that involves everyone in achieving strategic objectives. This research aimed to analyze the practice of transformational leadership and business growth strategies in civil works companies. From the methodological point of view, it is a quantitative research, type of descriptive explanatory design, where the techniques of surveys and interviews were applied to fifty employees and two managers of the company Marpena S.A. The results show that 40% consider the leader as an inspiring source, 36% believed that motivation is practiced within the entity. For the company to achieve its strategic objectives, it is necessary to have a transformational leadership that motivates and inspires others, capable of communicating, motivating the team members they lead.

Keywords: Economic dynamism, encourage, motivation, communicate, transformational leader.

INTRODUCCIÓN

El liderazgo transformacional destaca como uno de los tipos de liderazgo más adecuados para encaminar las organizaciones hacia el cambio y la innovación, en donde el rol del líder juega un papel determinante a la hora de tomar decisiones ligadas a la empresa, Hermosilla et al., (2016).

Cruz (2020), manifiesta que los líderes transformacionales no solo se preocupan por los resultados, no pueden descuidar el desarrollo y progreso de sus empleados, la motivación intrínseca, valores y desarrollo de los empleados, como resultado, los subordinados sentirán confianza, admiración, lealtad, respeto hacia los líderes transformacionales

En la era del conocimiento, se requieren líderes informados, empáticos, dinámicos, deliberantes, con conocimiento de los procesos administrativos de su entorno, interactuando en sociedad como iguales, utilizando las competencias necesarias para el desarrollo de sus capacidades como líderes transformacionales, insertándose exitosamente en el contexto social, resolviendo así conflictos en relación cotidiana y creativa con el medio. A su vez, los complejos desafíos mundiales en las organizaciones reclaman la participación de numerosos actores que aporten nuevas perspectivas y enfoques, donde se establezcan niveles para poder alcanzar el desarrollo humano sustentable (Pertúz, 2018).

Por su parte Becerra (2022), plantea que el liderazgo transformacional busca que la empresa se reinvente desde las actitudes, motivación, compromiso y valoración del recurso humano dentro la organización. Hay que resaltar lo que menciona Manzanares (2017), las organizaciones necesitan de líderes activos cuyo objetivo sea la mejora constante de la calidad de vida de los clientes, usuarios y demás grupos de interés, así mismo, Jiménez et al., (2019), señalan que las organizaciones periódicamente se ven en la necesidad de reformular sus estilos de liderazgo y sus prácticas directivas, provocado por los grandes cambios económicos, sociales, políticos, los cuales han impactado al talento humano que labora en las mismas.

El liderazgo transformacional consta de cuatro factores. En primer lugar, los líderes transformacionales brindan motivación intelectual. Es decir, los líderes estimulan a sus empleados a pensar, a buscar las mejores soluciones ante problemas y desafiar sus viejas ideas. En segundo lugar, brindan consideración individualizada, lo cual significa que los empleados son vistos de forma individual. Para ello, es necesario utilizar la inteligencia emocional como forma de relacionarse con el equipo. En tercer lugar, los líderes inspiran y motivan al equipo de modo que lo ayuda a seguir alcanzando sus metas superiores y lograr objetivos comunes. Finalmente, el líder transformacional hace uso de la influencia idealizada, lo cual quiere decir que el equipo ve al líder como un ejemplo, como una persona a seguir a la transmisión y el intercambio de conocimiento. (Alapaca y Michael, 2020, p. 5).

El liderazgo transformacional pretende fomentar esa relación afectiva entre los líderes y subordinados, en donde destaquen aspectos colaborativos para lograr las metas institucionales, para esto es necesario una comunicación efectiva capaz de lograr el compromiso grupal. La dirección de una empresa requiere de habilidades donde sobresalga el rol del líder para dirigir a un grupo, debe tener gran influencia con los involucrados y así promover el cambio de visión hacia metas comunes, en donde, estos beneficios colectivos estimulen la integración de sus acciones. El direccionamiento organizacional va a estar ligado al tipo de liderazgo de quienes estén al frente de toda empresa, esos estilos pueden ser:

Tabla 1. Estilos de Liderazgo
Fuente: tomado de (Jiménez, Gómez, y Quintero, 2019)

Tipo de liderazgo	Características
Autoritario coercitivo	Autocrático, arbitrario y controlador en todas las tareas. Utiliza amenazas y sistema punitivos. La comunicación es escasa y no existe trabajo en equipo
Autoritario benevolente	Autoritario e impositivo pero condescendiente. Existe en pequeña medida la delegación de autoridad. Además de amenazas también hay recompensas
Consultivo	Se consulta los subordinados, aunque pueda no atender a los consejos recibidos. Existe comunicación vertical ascendente. Se presenta la motivación a los empleados.
Participativo	Es un líder democrático. Se descentralizan las decisiones. Se promueve la comunicación vertical y horizontal. Existe un alto grado de motivación a los trabajadores.

Estrategias de crecimiento empresarial

Para Aguilera y Puerto (2012), el crecimiento empresarial depende de diversos factores que pueden ser internos o externos. Entre los factores internos están la edad y el tamaño, la motivación, la estructura de propiedad y la gestión del conocimiento y entre los factores externos se pueden mencionar algunos relativos al entorno sectorial (competidores, clientes y proveedores), estos factores tienen diversas formas de medición; entre ellas se pueden citar el valor para los accionistas, las ganancias por acción, los beneficios y las ventas.

En el estudio realizado por Dután y Omaza (2022), señalan que las estrategias organizacionales facilitan el camino para establecer y alcanzar proyectos futuros. La búsqueda de estrategias corresponde a un plan ligado y orientado para el logro de objetivos institucionales y así mejorar la posición competitiva de las empresas. Iborra et al., (2014), mencionan que las empresas para crecer, deben optar por aspectos relacionados con el crecimiento interno, externo o híbrido:

Crecimiento Interno: consiste en aumentar las inversiones de la empresa en su propia estructura, ya sea mediante la construcción de nuevas instalaciones, compra de nuevos equipos productivos, contratación de mas trabajadores.

Crecimiento externo: consiste en aumentar las inversiones de la empresa mediante la adquisición y control de una parte o de la totalidad de otra empresa. El crecimiento externo puede llevarse a cabo a través de fusiones y adquisiciones.

Crecimiento híbrido: Es un acuerdo entre dos o más empresas independientes que deciden unir parte de sus recursos y/o capacidades con el fin de lograr un determinado objetivo. (p.126).

La responsabilidad de dirigir el proceso de formulación y de ejecución de la estrategia recae en el director general. En algunas compañías, el director general o propietario opera como visionario estratégico y arquitecto de la estrategia al decidir sus elementos claves para definir el rumbo de la empresa (Thompson et al., 2012, p.33).

Como mencionan Puente y Viñán (2017), el crecimiento constituye la expansión que realice una empresa hacia nuevos mercados, para lograr una ventaja competitiva, adaptándose a todos los retos, cambios exigidos por el entorno, con la finalidad de desarrollar o ampliar su capacidad productiva. Para Eyzaguirre (2019), las estrategias de crecimiento empresarial permiten optimizar los recursos con los que cuentan la empresa, así aprovechar las oportunidades del mercado.

En base a lo expuesto el objetivo de la investigación es analizar el liderazgo transformacional y su incidencia en las estrategias de crecimiento, en empresas relacionadas a la construcción de obras civiles, con la finalidad de obtener datos que permitan estudiar las variables de estudios propuestas, como son el liderazgo transformacional y estrategias de crecimiento.

El aporte al PIB de las empresas de obras civiles en el Ecuador es altamente significativo, en el año 2019 representó el 8,17% del PIB real nacional. También generó el 6.1% del total de empleos y atrajo \$69 millones de inversión extranjera directa. Además, la construcción demanda anualmente más de \$1.900 millones del sistema financiero tanto público como privado, así lo destaca un informe de ESPAE (2020).

METODOLOGÍA

La investigación se la realizó en el Cantón Portoviejo provincia de Manabí mediante un enfoque cuantitativo, tipo de diseño descriptivo explicativo, en donde se realizó la revisión de fuentes bibliográficas. Con una muestra aleatoria simple se estableció como unidad de análisis la empresa MARPENSA S.A., para encuestar a 50 empleados y 2 directivos de la mencionada empresa, el diseño del trabajo es no experimental. El enfoque cuantitativo parte de una idea que va acotándose, y una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye una base teórica (Hernández et al., 2014).

Se utilizó técnicas de recolección de datos primarias y secundarias, para efecto se aplicaron encuestas por medio de cuestionarios a empleados y directivos de la empresa mencionada, cuya actividad económica está ligada al sector de la construcción, fiscalización, diseños y estudios de obras civiles, estas técnicas se emplearon con el propósito de cumplir con el objetivo de la investigación. El cuestionario es una modalidad de la técnica de encuesta, que consiste en formular un conjunto sistemático de preguntas escritas, que están relacionadas a hipótesis de trabajo y por ende a las variables e indicadores de investigación con la finalidad de recopilar información. (Ñaupas et al., 2018).

A continuación se ilustra los sujetos que se consideraron para poder realizar la investigación:

Tabla 2. Sujetos considerados para la investigación

Rol	Miembros	Instrumento	Evaluable
Directivos	2	Encuesta tipo cuestionario	SI
Empleados	50	Encuesta tipo cuestionario	SI
Total	52		

Fuente: Elaboración propia.

RESULTADOS

En esta primera parte se analizan los resultados que tienen relación con el liderazgo transformacional, los resultados derivan de una muestra aleatoria de 50 empleados entrevistados, de los cuales se obtuvieron los siguientes datos:

Tabla 3. Medición de aspectos ligados al liderazgo transformacional en la empresa Marpena

Literal	Opciones	Conocimiento objetivos estratégicos		Motivación		Incentivos Económicos		Referente en el grupo	
		Resultado	Ponderación	Resultado	Ponderación	Resultado	Ponderación	Resultado	Ponderación
A	Siempre	12	24,00%	18	36,00%	16	32,00%	20	40,00%
B	Casi siempre	20	40,00%	14	28,00%	15	30,00%	14	28,00%
C	Ocasionalmente	8	16,00%	10	20,00%	8	16,00%	6	12,00%
D	Casi nunca	8	16,00%	5	10,00%	6	12,00%	6	12,00%
E	Nunca	2	4,00%	3	6,00%	5	10,00%	4	8,00%
Total		50	100,00%	50	100,00%	50	100,00%	50	100,00%

Fuente: Elaboración de autores

En la tabla No.3 se propone conocer si el líder de la empresa ha comunicado oportunamente a los subordinados los objetivos estratégicos de la organización, de lo cual el 40% manifestaron que casi siempre era socializado, el 24% expresaron que siempre es comunicado, el 16% indica que casi nunca, el 16% lograron responder que ocasionalmente y el 4% indicó que nunca es comunicado. Una de las dimensiones que aborda el liderazgo transformacional es la socialización oportuna de los objetivos estratégicos, esta comunicación es con el propósito de involucrar a todos los miembros de la empresa y poder destacar en los resultados institucionales, en base a la información obtenida, observamos que este proceso no se cumple. Para que las empresas puedan competir, es necesario que las funciones y tareas encomendadas se alineen a la misión, visión empresarial.

Cuando se realizó la consulta sobre si se sienten motivados dentro de la empresa para poder realizar sus funciones, indicaron el 36% que por general siempre lo están, el 28% casi siempre 10% y el 6% indicaron que nunca se sienten motivados, tal cual se puede apreciar en la tabla número 3. La motivación dentro de la empresa es necesaria para que los empleados logren destacar en las tareas encomendadas, la ausencia de motivación provoca desinterés y poco compromiso entre los involucrados, afectando al rendimiento personal como a los resultados institucionales. Esta es una cualidad importante en el líder transformacional, animar al grupo en base al rol de cada integrante previamente comunicado.

Con respecto a los incentivos económicos por el cumplimiento de las metas obtuvimos: el 32% expresaron que siempre existen planes de incentivos, el 30% casi siempre, el 16% lograron responder que ocasionalmente, mientras que el 10% indican que casi nunca y el 10% que nunca, estos resultados se demuestran en la tabla No. 3. El reconocimiento por el logro en base a las metas organizacionales debe ser reconocido por parte de los administradores, el liderazgo transformacional propone reconocer e incentivar a los empleados por la consecución de objetivos empresariales en donde se alineen a la visión, la mayoría de los entrevistados revelan que la empresa no pone en práctica este punto, es decir no se reconoce el esfuerzo.

Se preguntó a los empleados, si logran considerar a sus jefes inmediatos como fuente de inspiración profesional, y las respuestas obtenidas revelan: el 40% indicó que por lo general siempre consideran al líder una fuente de inspiración, el 28% expresaron que casi siempre ven esta figura inspiradora, mientras que el 12% indicaron que ocasionalmente, el mismo porcentaje, es decir, el 12% casi nunca y apenas el 8% que equivale a 4 empleados revelaron que nunca ven una fuente de inspiración en la línea de jefe inmediata, tal cual como se observa en la tabla No. 3. En los resultados obtenidos se expone solo una pequeña parte de los empleados consideran al líder como una fuente inspiradora. El líder transformacional es aquel que por medio de sus acciones es considerado un referente en el grupo que dirige, sin embargo, se evidencia que esto no se cumple a cabalidad dentro de la empresa.

Tabla 4. Número de clientes en los últimos tres años

Año	Número de clientes	%Incremento base año anterior
2020	6	-
2021	10	66,67%
2022	7	-30,00%

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla número 4 se encuestó a los directivos con el propósito de conocer el número de clientes que tuvo la empresa en los últimos tres años y su porcentaje de incremento o disminución en cada periodo, en donde para el año 2020 se contaba con 6 clientes mientras que para el año 2021 se incrementó a 10 clientes que representan un incremento del 66,67%, en cambio en relación del año 2021 y 2022 este número varió, el año 2022 se tuvieron 7 clientes puntuales representando un decrecimiento del 30,00%.

Parte de los puntos para analizar el crecimiento empresarial en las empresas son los clientes, siendo estos los que adquieren los productos o servicios que se comercialicen en la empresa, en base a este crecimiento las empresas destinarán inversiones para cubrir las exigencias de sus consumidores, con referencia a la empresa investigada, no ha existido un incremento significativo en sus clientes, sobre todo en los años consultados.

Tabla 5. Representación de la información financiera de la empresa Marpens S.A. período 2020 al 2022

Año	Activos	Pasivos	Patrimonio	Ventas	Alianzas con terceros
2020	\$ 2.850.304,62	\$ 1.289.145,45	\$1.561.159,17	\$1.134.849,30	NO
2021	\$ 2.890.431,32	\$ 1.329.272,15	\$1.561.159,17	\$2.143.073,64	NO
2022	\$ 3.022.825,89	\$ 1.461.666,72	\$1.561.159,17	\$1.662.824,06	NO

Fuente: Elaboración propia.

Con la finalidad de conocer el crecimiento empresarial de la empresa, presentamos la tabla número 5 con los siguientes datos, por la parte de los activos tomando como base al año 2020, el negocio registró un total de \$2.850.304,62 mientras que para el año 2022 fue \$3.022.825,89 representando un incremento del 6,05%. Por la parte de los pasivos, para el año 2020 el valor fue de \$1.289.145,45 mientras que para el año 2022 corresponde a \$1.461.666,72 constituyendo un incremento en el rubro pasivos del 13,38% es decir incrementaron las deudas para poder producir en el año 2022 en comparación al año 2020. Por la parte del patrimonio en los periodos analizados no presentaron incremento ni disminuyeron.

Con relación a las ventas, dentro de los periodos analizados para medir el crecimiento empresarial en este rubro, se evidenció que el año 2021 fue donde registró mayor incremento en los ingresos, sin embargo, este disminuyó para el año 2022, tal cual como se ilustra en la tabla 5. Con lo que respecta al punto, si la empresa ha realizado alguna fusión, adhesión con otra firma como un modelo de estrategia de alianza, manifestaron que la constructora Marpens S.A. no opta ese tipo de estrategias para realizar sus actividades comerciales, es decir no consideran en su modelo de negocios desarrollar estrategias de crecimiento externo con otras organizaciones.

Tabla 6. Rentabilidad, decisiones de inversión tecnológica y lanzamiento de nuevo producto o servicio

Año	Utilidad neta	Inversión Tecnológica	Lanzamiento de nuevo producto o servicio
2020	\$ -	NO	NO
2021	\$ -	NO	NO
2022	\$ -	NO	NO

Fuente: Elaboración autores tomado de los estados financieros

Parte importante del crecimiento empresarial en una empresa son los resultados, es decir el beneficio económico y la destinación de recursos a inversiones tecnológicas con el propósito de ofrecer un nuevo producto o servicio, en este sentido en la tabla 6 podemos observar que la empresa no ha tenido utilidad económica, ni ha realizado inversiones con la finalidad de innovar sus procesos para mejorar su posicionamiento en el sector, esta tendencia se la percibe en los períodos analizados, es decir que no existió rentabilidad en los años investigados.

DISCUSIÓN

Desde una óptica empresarial la dinámica de la influencia que se produce entre una persona y un grupo de individuos en un contexto bien definido, y su implementación depende de las aspiraciones de las personas en términos de valores auténticos y humanos como la ejemplaridad y la consideración. Sobre la base de esta conceptualización, los líderes pueden desempeñar un papel importante, en la facilitación del sentido de pertenencia en los empleados, dada la posición de poder e influencia que poseen (Varela y Marín, 2021). Para Rojas et al., (2021), la medida en la que un líder es transformacional, se mide primero en términos de su influencia sobre los seguidores. Los seguidores de tal líder sienten confianza, admiración, lealtad y respeto por el líder, y debido a las cualidades del líder transformacional, están dispuestos a trabajar más de lo que se esperaba, proporcionando a los subordinados una misión y visión inspiradora.

De los resultados en el presente trabajo muestran con respecto a la motivación, se evidencia que el 36% se sienten motivados dentro de la empresa para poder realizar sus funciones, es decir un gran porcentaje reconoce que el líder no realiza a plenitud el acompañamiento motivacional, como se revela en la tabla 3. Así mismo, apenas un 40 % consideran al líder como una fuente inspiradora, que es otra de las características principales dentro del perfil del liderazgo transformacional, ilustrado en la tabla No.3. Para Dután y Omaza (2022), el crecimiento empresarial recoge todas aquellas modificaciones estructurales, financieras y de tamaño que originan que la empresa se considere diferente a su estado anterior, de tal forma que se produzcan cambios en su estructura económica y organizativa.

Este aserto contrasta con los resultados de la empresa, ya que se expone que la misma no ha reflejado cambios significativos en su estructura patrimonial, e inclusive, en los ingresos, es decir las ventas no fueron estables entre los períodos analizados, así mismo, la capacidad de inversión en recursos fue mínima, tampoco optaron por implementar algún tipo de estrategia de alianza con empresas ajenas, tal cual se demuestran en la tabla 5.

Las personas que dirigen una empresa planifican estrategias, acordes a la actividad económica de la misma y considerando el sector en el que compiten, desarrollar planes de crecimiento empresarial de todos los procesos organizacionales que involucre al personal que mediante el liderazgo transformacional se logre el desarrollo integral de las personas y se encamine a la consecución de los objetivos estratégicos de la empresa.

El crecimiento empresarial de las empresas dependerá de las acciones que realicen los administradores, y sobre todo si estas acciones utilizan el hilo de la comunicación, la planificación, la integración del talento humano de la organización, en donde conjuntamente el líder con los subordinados tenga como objetivo crecer en lo personal y empresarial, en este sentido Zhingre y Alcívar (2023), manifiestan que el papel del liderazgo es decisivo desde la fase de la dirección estratégica, en donde se puedan desarrollar las capacidades de las personas, potenciar los resultados de la empresa y así posicionarla en un mercado competitivo. En este sentido, los procesos internos de una empresa buscan la optimización de los recursos, tanto desde el personal, como lo financiero, en donde el rol de la dirección es determinante para promover las capacidades del equipo a su cargo, promoviendo el desarrollo intelectual y la productividad empresarial.

CONCLUSIONES

El mercado es cada vez más competitivo y exigente para las empresas, sobre todo para las que tienen como actividad económica obras civiles, estas exigencias requieren de líderes que se conviertan en transformacionales, capaces de guiar, motivar a todos los miembros de la organización.

El rol del liderazgo transformacional convoca a un portaginismo inspirador por parte del líder hacia los subordinados, que por medio de este estilo de liderazgo permita guiar a los miembros del equipo a la consecución de los objetivos empresariales y personales, el líder en la empresa Marpena no logra ser esa fuente de inspiración para los empleados. La comunicación entre el líder y los subordinados es deficiente, no se socializan los objetivos estratégicos, afectando al crecimiento de la empresa, comunicar oportunamente la misión, visión y las metas de la empresa entre los involucrados le da un sentido de dirección a toda empresa.

Para lograr el crecimiento empresarial los directivos tienen que conocer plenamente el sector donde opera la empresa, con la finalidad de identificar oportunidades de crecimiento internas, como externas, que permitan la toma de decisiones acertadas para este crecimiento, desde la contratación del personal, hasta la administración de los recursos financieros de la entidad, la empresa no realizó inversiones considerables para destacar entre los competidores.

En los períodos analizados la empresa no tuvo incremento significativo en los activos ni en la utilidad neta, siendo estos parámetros que miden el crecimiento empresarial en las compañías, por ende, no existió rentabilidad en la empresa. La expansión a nuevos mercados, la inversión tecnológica, la innovación, ofrecer algún nuevo producto o servicio, son estrategias de crecimiento empresarial que un líder transformacional debe optar, este tipo de estrategias le permitirá a la empresa adaptarse a cambios y exigencias del sector donde compiten, la empresa tiene debilidades en estos aspectos, por tal motivo se evidenció que no han realizado inversiones que apalanquen su crecimiento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilera, A., & Puerto, D. (Julio de 2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. Revista Pensamiento y Gestión, (32), 1-26. <https://shorturl.at/bfovQ>
- Alapaca, Y., & Michael, A. (2020). Impacto del estilo de liderazgo transformacional en el índice innovación de las empresas. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/653046>
- Becerre, L. (2022). Liderazgo transformacional del director para la gestión escolar en las Instituciones Educativas, Bague Grande. 2022. [Tesis Doctoral, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/80413>
- Cruz, P. (Diciembre de 2020). Estilo de Liderazgo y Compromiso Organizacional: Impacto el Liderazgo Transformacional. Revista Economía Conyuntural, 5(4), 89-121. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2415-06222020000400006&script=sci_arttext
- Dután, A., & Omaza, J. (2022). Estrategias de crecimiento empresarial para la empresa Roads Networks de la ciudad de Cuenca. Revista Fipcaec, 35-55. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v7i1.506>
- ESPAE. (2020). La construcción, un pilar de la economía debilitado por la pandemia. Gestión Digital. <https://shorturl.at/osARX>
- Eyzaguirre, J. (2019). Estrategias de Crecimiento Empresarial para el Posicionamiento de Oso Food Truck en la ciudad de Chiclayo -2018. Universidad Señor de Sipán. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/6271>
- Hermosilla, D., Amutio, A., Da Costa, S., & Páez, D. (Diciembre de 2016). El Liderazgo transformacional en las organizaciones: variables mediadoras y consecuencias a largo plazo. Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones, 32(3), 135-143. https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1576-59622016000300135
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación (6ta ed.). McGRAW-HILL.

Iborra, M., Dasí, A., Consuelo, D., & Ferrer, C. (2014). Fundamentos de dirección de empresas. Ediciones Paraninfo.

Jiménez, R., Gómez, J., & Quintero, L. (Enero de 2019). El liderazgo transformacional y su influencia en los atributos de los seguidores en las Mipymes mexicanas. *Revista Estudios Gerenciales*, 35(151). <http://surl.li/hynxx>

Manzanares, R. (2017). El Liderazgo del Diseñador industrial en el Mundo Empresarial. *Revistas Pucp*, (5), 42-48. <http://surl.li/hyjth>

Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). Metodología de la Investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de Tesis (5ta. ed.). Ediciones de la U.

Pertúz, F. (2018). Liderazgo Transformacional en Empresas Sociales Desde la perspectiva Ética de la Responsabilidad Social Empresarial. *Revista Telos*, 20(2), 377-400. <https://www.redalyc.org/journal/993/99356889009/html/>

Puente, M., & Viñán, J. (2017). Estrategias de Crecimiento Empresarial y su Incidencia en la Rentabilidad Empresarial. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, Ecuador. <https://shorturl.at/pDE29>

Rojas, C., Calderón, P., Moscoso, K., & Nieva, M. (2021). El liderazgo transformacional y la gestión financiera en una municipalidad provincial. *Revista Publicando*, 8(31), 96-106. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8050351>

Thompson, A., Gamble, J., Peteaf, M., & Stricklan, A. (2012). Administración estratégica. México: McGrawHill.

Varela, N., & Marín, G. (2021). El liderazgo transformacional y su influencia en el sentido de pertenencia laboral. Una revision literaria en el contexto organizacional. *Revista Universitaria de Administración*, 13(22), 85-101. doi:<https://doi.org/10.20983/novarua.2021.22.5>

Zhingre, E., & Alcívar, I. (2023). Estrategias de loderazgo para el incremento del capital intelectual en negocios OnLine. *Revista Penta Ciencias*, 5(2), 610-622. <https://editorialalema.org/index.php/pentaciencias/article/view/623/852>