



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE TAMAULIPAS  
FACULTAD DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN VICTORIA  
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

“DIMENSIONES Y ESTILOS DE LIDERAZGO DESDE LA PERCEPCIÓN DE LA  
GERENCIA Y EL TRABAJADOR”

## TESIS

Para obtener el grado de  
MAESTRO EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL CON ÉNFASIS EN RECURSOS  
HUMANOS

Presentada por  
Jesús Marmolejo Rodríguez

Director de Tesis  
Dra. Norma Angélica Pedraza Melo

## INDICE

	Página
CAPTÍTULO I. ANTECEDENTES	11
I.1 Planteamiento del problema	13
I.2 Preguntas específicas de investigación	13
I.3 Objetivos de la investigación	13
I.4 Justificación de la investigación	14
I.5 Delimitaciones/Limitaciones	14
I.6 Marco conceptual	15
CAPITULO II. EL SECTOR COMERCIAL Y LA IMPORTANCIA DEL LIDERAZGO	17
II.1- La empresa en el sector comercial	17
II.1.1. Empresa. Su definición e importancia	18
II.1.2. Criterios de clasificación de empresas	19
II.1.3. Introducción y concepto de empresa comercial	19
II.2. La importancia del liderazgo en el sector organizacional	21
II.2.1. Antecedentes y definiciones del liderazgo	21
II.2.2. Enfoques y teorías de liderazgo	25
II.2.3. Dimensiones del liderazgo	27
CAPITULO III. DISEÑO METODOLÓGICO	
III.1 Tipo de investigación, alcance y enfoque	31
III.2 Unidad de análisis/Muestra	31
III. 2.1 Descripción de la unidad de análisis	31
III.2.1.1 Antecedentes y aspectos generales del caso de estudio	32
III.2.2 Población/Muestra objeto de análisis del caso de estudio	34
III.3 Técnicas de recopilación de información	36
III.3.1 Validez y confiabilidad del Cuestionario Multifactorial de Liderazgo	37
III.4 Método de análisis de la información	39

CAPITULO IV. RESULTADOS	41
IV.1 Datos generados de encuestados	41
IV.2 Resultados de estilos y dimensiones del liderazgo	41
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES E IMPLICACIONES	45
V.1. Conclusiones	45
V.2 Recomendaciones	47
V.4 Implicaciones	49
ÍNDICE DE FIGURAS	
Figura 1. El Sector comercial y la importancia del liderazgo	16
Figura 2. El sector comercial y su importancia	18
Figura 3. El liderazgo, enfoques teóricos	21
Figura 4. Zonas de influencia	32
Figura 5. Organigrama general de Gas LP S.A. de C.V.	33
Figura 6. Valores de Gas LP S.A. de C.V.	33
ÍNDICE DE TABLAS	
Tabla 1. Definiciones de empresa comercial	20
Tabla 2. Estratificación de empresas según DOF	20
Tabla 3. Clasificación de empresa comercial por empleados	21
Tabla 5. ¿Qué es el líder?	24
Tabla 6. Teorías sobre liderazgo	26
Tabla 7 Estilos de liderazgo de la dimensión transaccional	28
Tabla 8 Sub escalas del liderazgo transformacional	29
Tabla 9 Variables de resultado	30
Tabla 10. Áreas en las que se aplicó la encuesta	35
Tabla 11. Modelo de liderazgo de rango completo	36
Tabla 12. Distribución de reactivos del MLQ 5x forma corta	37
Tabla 13. Alfa de Cronbach del instrumento por escala de liderazgo	38
Tabla 14. Resultados de análisis de validez del instrumento	39

Tabla 15. Medias respecto a percepción de dimensiones de liderazgo por cargo	41
Tabla 16. Medias de dimensiones de liderazgo vs antigüedad	42
Tabla 17. Estilos de liderazgo predominantes en la organización	43
Tabla 18. Comparación de medias por área funcional y estilos de liderazgo	44
Tabla 19. Medias de variables de resultados por cargo	44
Tabla 20. Respuesta a cuestionamientos de investigación	46
Tabla 21. Resultado de análisis de variables de resultado	47
Referencias bibliográficas	51
Anexo 1 cuestionario multifactorial de liderazgo (MLQ) Enfoque a Líder	58
Anexo 2 cuestionario multifactorial de liderazgo (MLQ) Enfoque a Seguidor	61