

Liderazgo transformacional y responsabilidad social empresarial en mujeres productoras de café en Huánuco

Transformational leadership and corporate social responsibility in women coffee producers in Huánuco

Elizabeth Flor de María Muguruza Cavero

efdmuguruzac@unac.edu.pe

ORCID 0000-0002-9478-3370

Rufino Alejos Ipanaqué

ralejosi@unac.edu.pe

ORCID 0000-0002-9478-3370

Universidad Nacional del Callao. Callao, Perú

RESUMEN

El estudio tuvo como objetivo determinar la relación entre el liderazgo transformacional y la responsabilidad social empresarial en la Asociación de Mujeres Productoras de Café del Gobierno Regional Huánuco durante el año 2024. La investigación fue de enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, con diseño no experimental, correlacional y de corte transversal. La población estuvo conformada por 56 socias de la asociación, por lo que se trabajó con muestra censal. Para la recolección de datos se aplicaron cuestionarios tipo Likert que evaluaron las dimensiones del liderazgo transformacional y de la responsabilidad social empresarial. Los datos fueron analizados mediante estadística descriptiva e inferencial utilizando la correlación de Spearman. Los resultados evidenciaron una relación positiva y significativa entre el liderazgo transformacional y la responsabilidad social empresarial ($Rho=0,714$; $p<0,05$), destacando la influencia idealizada como la dimensión más asociada al compromiso social organizacional.

Palabras clave: Liderazgo transformacional; Responsabilidad social; Mujeres cafetaleras; Sostenibilidad; Huánuco

ABSTRACT

The study aimed to determine the relationship between transformational leadership and corporate social responsibility in the Association of Women Coffee Producers of the Huánuco Regional Government during 2024. The research was quantitative, applied, non-

experimental, correlational, and cross-sectional in design. The population consisted of 56 members of the association, so a census sample was used. Likert-type questionnaires were used to collect data, assessing the dimensions of transformational leadership and corporate social responsibility. The data were analyzed using descriptive and inferential statistics, applying Spearman's correlation. The results showed a positive and significant relationship between transformational leadership and corporate social responsibility ($Rho=0.714$; $p<0.05$), highlighting idealized influence as the dimension most associated with organizational social commitment.

Key words: Transformational leadership; Social responsibility; Women's association; Coffee producers; Huánuco

INTRODUCCIÓN

La producción de café constituye una actividad económica relevante en diversos países del cinturón cafetalero, destacando Perú como uno de los principales productores de café arábica de alta calidad. En este contexto, las asociaciones de productores desempeñan un papel fundamental en el fortalecimiento de la economía rural y en la promoción de prácticas sostenibles dentro del sector agrícola.

En los últimos años, la participación de las mujeres en actividades productivas relacionadas con el café ha adquirido mayor relevancia. Sin embargo, aún existen desafíos vinculados al liderazgo, la gestión organizacional y la implementación de prácticas de responsabilidad social empresarial en asociaciones productivas lideradas por mujeres.

Diversos estudios han señalado que el liderazgo transformacional puede contribuir significativamente al desarrollo organizacional y al fortalecimiento de prácticas socialmente responsables. Este tipo de liderazgo se caracteriza por la capacidad de inspirar, motivar y fomentar el compromiso de los miembros de una organización hacia objetivos colectivos orientados al bienestar social y ambiental.

En este contexto, resulta pertinente analizar la relación entre el liderazgo transformacional y la responsabilidad social empresarial en asociaciones productivas rurales. Por ello, el presente estudio tiene como objetivo determinar la relación entre el liderazgo transformacional y la responsabilidad social empresarial en la Asociación de Mujeres Productoras de Café del Gobierno Regional Huánuco en el año 2024.

METODOLOGÍA

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, con diseño no experimental, correlacional y de corte transversal. El estudio se realizó en la Asociación de Mujeres Productoras de Café del Gobierno Regional de Huánuco durante el año 2024, con el propósito de analizar la relación entre el liderazgo transformacional y la responsabilidad social empresarial.

La población estuvo conformada por 56 socias pertenecientes a la asociación, por lo que se trabajó con una muestra censal que incluyó la totalidad de la población. Para la recolección de la información se aplicaron encuestas mediante dos cuestionarios estructurados con escala tipo Likert, compuestos por 30 ítems orientados a medir las dimensiones del liderazgo transformacional (influencia idealizada atributiva y conductual, inspiración motivacional, estimulación intelectual y consideración individual) y la responsabilidad social empresarial.

Los instrumentos fueron validados mediante juicio de expertos y su confiabilidad se determinó a través del coeficiente Alfa de Cronbach, obteniendo un valor de 0,968, lo que evidencia un alto nivel de consistencia interna. Los datos fueron procesados mediante estadística descriptiva e inferencial. Para el análisis descriptivo se utilizaron tablas de frecuencia, mientras que para determinar la relación entre las variables se aplicó la prueba de correlación de Spearman, luego de verificar la no normalidad de los datos mediante la prueba de Kolmogorov-Smirnov con un nivel de significancia de $p < 0,05$.

RESULTADOS

En esta sección se presentan los resultados obtenidos a partir del análisis estadístico descriptivo e inferencial de las variables liderazgo transformacional y responsabilidad social empresarial en la Asociación de Mujeres Productoras de Café del Gobierno Regional de Huánuco.

En primer lugar, se evaluó la confiabilidad de los instrumentos utilizados para medir ambas variables mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, con el propósito de determinar la consistencia interna de los ítems que conforman los cuestionarios aplicados.

Tabla 1

Confiabilidad de las variables de investigación

Alfa de Cronbach	N de elementos
,968	30

Nota. Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la investigación.

El resultado obtenido muestra un Alfa de Cronbach de 0,968, lo que indica un nivel excelente de consistencia interna. Este valor evidencia que los instrumentos utilizados presentan una alta fiabilidad y que los ítems aplicados permiten medir de manera adecuada los constructos correspondientes a liderazgo transformacional y responsabilidad social empresarial.

Posteriormente, se realizó el análisis descriptivo de la variable liderazgo transformacional con el objetivo de identificar los niveles de percepción presentes en la asociación evaluada.

Tabla 2

Distribución de frecuencias del liderazgo transformacional (LT)

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	21	37,5
Medio	17	30,4
Alto	18	32,1
Total	56	100,0

Nota. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada a las socias de la Asociación de Mujeres Productoras de Café.

Los resultados muestran la distribución de los niveles de liderazgo transformacional percibidos por las integrantes de la asociación. Se observa que la mayor proporción de participantes se concentra en los niveles medio y alto, lo que sugiere la presencia de prácticas de liderazgo orientadas a la motivación, la influencia positiva y el fortalecimiento del compromiso organizacional.

Asimismo, se analizó la variable responsabilidad social empresarial con el propósito de identificar el nivel de percepción sobre las prácticas socialmente responsables dentro de la organización.

Tabla 3

Distribución de frecuencias de la responsabilidad social empresarial

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	15	26,8
Medio	25	44,6
Alto	14	25,0
Total	54	96,4
Sistema	2	3,6
	56	100,0

Nota. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada a las socias de la Asociación de Mujeres Productoras de Café.

Los resultados evidencian la distribución de los niveles de responsabilidad social empresarial percibidos por las participantes. Estos datos permiten identificar el grado de compromiso de la asociación con prácticas orientadas al bienestar social, económico y ambiental dentro de su entorno organizacional.

Finalmente, se realizó el análisis inferencial mediante la prueba de correlación de Spearman con el objetivo de determinar la relación entre las variables liderazgo transformacional y responsabilidad social empresarial.

Tabla 4*Prueba de correlación hipótesis general*

			V1	V2
Rho de Spearman	LT	Coefficiente de correlación	1,000	,714**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	56	54
	RS	Coefficiente de correlación	,714**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	54	54

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

El coeficiente de correlación obtenido fue $Rho = 0,714$, con un nivel de significancia de $p = 0,000$, lo que evidencia la existencia de una relación positiva y estadísticamente significativa entre ambas variables. Esto indica que a mayor presencia de liderazgo transformacional en la asociación, mayor es el nivel de responsabilidad social empresarial percibido dentro de la organización.

Asimismo, se identificó que la dimensión influencia idealizada atributiva presentó la correlación más alta con la responsabilidad social empresarial ($Rho = 0,828$), seguida de la influencia idealizada conductual ($Rho = 0,741$). Estos resultados sugieren que los liderazgos basados en principios éticos, confianza y carisma contribuyen significativamente al fortalecimiento de prácticas socialmente responsables dentro de la asociación.

DISCUSIÓN

Los hallazgos coinciden con Bass y Avolio (1995) y con estudios recientes en liderazgo femenino rural (Huamán, 2022; Díaz et al., 2019), que sostienen que un liderazgo transformacional impulsa la adopción de prácticas responsables y sostenibles. La fuerte relación entre la influencia idealizada y la responsabilidad social confirma que el carisma y la coherencia ética de los líderes son determinantes para generar compromiso organizacional y comunitario. Estos resultados evidencian la necesidad de programas de formación en liderazgo transformacional para fortalecer la sostenibilidad en comunidades productoras de café.

CONCLUSIONES

Los resultados del estudio evidencian que el liderazgo transformacional mantiene una relación positiva y significativa con la responsabilidad social empresarial en la Asociación de Mujeres Productoras de Café del Gobierno Regional Huánuco. Esto demuestra que el fortalecimiento de este estilo de liderazgo contribuye al desarrollo de prácticas organizacionales orientadas al bienestar social, económico y ambiental de la comunidad.

Asimismo, se identifica que la dimensión de influencia idealizada, especialmente en su componente atributivo, presenta la mayor asociación con la responsabilidad social

empresarial. Este resultado indica que la presencia de líderes que inspiran confianza, ética y compromiso favorece la consolidación de acciones socialmente responsables dentro de la organización.

Finalmente, se concluye que la inspiración motivacional y la orientación ética del liderazgo transformacional fortalecen la cohesión organizacional y promueven prácticas sostenibles en el contexto de las asociaciones cafetaleras lideradas por mujeres, contribuyendo al desarrollo sostenible y al impacto positivo en sus comunidades.

CONFLICTO DE INTERESES

La autora declara que no existe conflicto de intereses para la publicación del presente artículo científico.

REFERENCIAS

- Arrese Jiménez, Y. A. (2020). Percepción de la población del caserío Chapaira respecto a las prácticas de responsabilidad social empresarial de Ecoacuícola SAC, Piura, 2019. Repositorio Institucional UCV. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/renati/216142>
- Avolio, B. J., Waldman, D. A., & Einstein, W. O. (1988). Transformational leadership in a management game simulation. *Group & Organization Management*, 13(3), 235–259.
- Avolio, B. J., & Bass, B. M. (1998). Individual differences and behavior in organizations. Jossey-Bass.
- Bass, B. M. (1999). Two decades of research and development in transformational leadership. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 8(1), 9–32.
- Bass, B. M., & Riggio, R. E. (2006). Transformational leadership (2nd ed.). Psychology Press.
- Bastidas, C., & Turrent, G. (2018). Las mujeres en posiciones de liderazgo y la sustentabilidad empresarial: Evidencia en empresas cotizadas de Colombia y Chile. *Estudios Gerenciales*, 34, 385–398. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.149.2877>
- Bhattacharya, C. B., & Sen, S. (2004). Doing better at doing good: When, why, and how consumers respond to corporate social initiatives. *California Management Review*, 47(1), 9–24.
- Boerner, S., & Eisenbeiss, S. A. (2012). The dark side of charisma. *Journal of Organizational Behavior*, 33(6), 843–863.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48.

- Carroll, A. B., & Brown, J. (2022). *Corporate social responsibility: Balancing economic, social, and environmental goals*. Routledge.
- Chávez Rimache, J. C., Cigüeñas Espinel, M. I., & Martensen Muñoz, R. (2016). La relación entre los estilos de liderazgo y las actitudes ante el cambio organizacional en una empresa de servicios. *Repositorio de la Universidad del Pacífico*. <http://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/1586>
- Conger, J. A., & Kanungo, R. N. (1987). Toward a behavioral theory of charismatic leadership in organizational settings. *Academy of Management Review*, 12(4), 637–647.
- Cruz, C. F., Poggi Winder, C., & Vera León, M. (2017). Estilos de liderazgo de las microempresarias del sector comercio en los distritos de San Isidro y Miraflores. Pontificia Universidad Católica del Perú. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/8272>
- Díaz, Y. C., Andrade, J. M., & Ramírez, E. (2019). Liderazgo transformacional y responsabilidad social en asociaciones de mujeres cafeteras en el sur de Colombia. *Información Tecnológica*, 30(5), 121–130. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642019000500121>
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. New Society Publishers.
- Jung, D. I., Chow, C., & Wu, A. (2003). The role of transformational leadership in enhancing organizational innovation. *The Leadership Quarterly*, 14(4–5), 525–544.
- Li, Z., Liang, L., Zhang, X., & Li, J. (2023). Impact of environmentally specific transformational leadership on organizational citizenship behavior for the environment. *Journal of Environmental Planning and Management*, 66(7), 1413–1430. <https://doi.org/10.1080/09640568.2022.2027748>
- Northouse, P. G. (2021). *Leadership: Theory and practice* (9th ed.). Sage Publications.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., & Bommer, W. H. (1996). Transformational leader behaviors and their effects on followers' trust and organizational citizenship behaviors. *The Leadership Quarterly*, 7(3), 385–418.
- Saavedra García, M. L., & Camarena Adame, M. E. (2021). La gestión en las empresas dirigidas por mujeres. *Equidad y Desarrollo*, 37, 75–97.