



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ESTADÍSTICA
SECRETARIA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA E INSTITUTOS DE INVESTIGACIONES

Resumen Ampliado

Jornadas Anuales

“Investigaciones en la Facultad”

Ciencias Económicas y Estadística



Albano, Sergio
Oviedo, Raúl Ricardo
Martín, Silvia
Santero, Mariel Sonia
Sassone, Mirna

Instituto de Investigaciones y Asistencia Tecnológica en Administración (IIATA)
Escuela de Administración

NEUROLIDERAZGO: EVALUACIÓN DE SU AUTOPERCEPCIÓN EN DOS PYMES ROSARINAS¹

Resumen

El presente trabajo expone los resultados de la aplicación del Test de Autopercepción en Neuroliderazgo en dos empresas PyMEs de la ciudad de Rosario. El mismo fue aplicado a los mandos medios, con personal a cargo, de ambas empresas. Se realizó un estudio descriptivo, de corte transversal, con un enfoque eminentemente cuantitativo. En términos generales, ambas empresas han obtenido niveles promedio aceptables de neuroliderazgo en sus mandos medios. El principal aporte de este trabajo es la aplicación de un nuevo test autoadministrable, que permitirá a quienes se lo apliquen no solo medir su nivel de neuroliderazgo autopercebido, sino también identificar aquellas dimensiones del neuroliderazgo en las que se encuentran más fuertes, diferenciándolas de aquellas en que deben seguir trabajando.

Palabras clave: Neurociencias – Liderazgo – Motivación – Autopercepción – PyMEs

Abstract

This paper presents the results of the application of the Self-Perception Test in Neuroleadership in two SMEs in the city of Rosario. It was applied to middle management, with staff in charge, of both companies. A descriptive, cross-sectional study was carried out with an eminently quantitative approach. In general terms, both companies have obtained acceptable average levels of neuroleadership in their middle management. The main contribution of this work is the application of a new self-administered test, which will allow those who apply it not only measure their level of self-perceived neuroleadership, but also identify those dimensions of neuroleadership in which they are strongest, differentiating them from those in which they must continue working.

Keywords: Neurosciences – Leadership – Motivation – Self-Perception – SMEs

Objetivos

- Relevar los niveles de autopercepción en neuroliderazgo presentes en los mandos medios, con personal a cargo, de dos empresas PyMEs de la ciudad de Rosario.

¹ Trabajo elaborado en el marco del Proyecto 80020190300071UR, titulado: "Neuroincentivos para las PyMEs: Procurando sinergia en el capital humano", dirigido por Dr. Sergio Albano.



- Identificar fortalezas y debilidades, en términos de neuroliderazgo, de los mandos medios de cada empresa PyME, a partir de la discriminación por dimensiones.

Metodología y análisis de datos considerados en la investigación

Se realizó un estudio descriptivo, de corte transversal, con un enfoque eminentemente cuantitativo. Se aplicó el Test de Autopercepción en Liderazgo (ALBANO, 2020) a los mandos medios, con personal a cargo, de dos empresas PyMEs de la ciudad de Rosario. El mismo consiste en un cuestionario altamente estructurado, autoadministrado, compuesto por cincuenta reactivos en torno a diez dimensiones: Autoestima, Autoexigencia, Autonomía, Competencia, Comunicación, Confianza, Conocimiento, Delegación, Estrés y Relaciones. De las respuestas a estos reactivos se obtiene un puntaje de 0 a 10 en cada una de las dimensiones evaluadas, cuya suma otorga un puntaje total de 0 a 100 en Neuroliderazgo para cada sujeto. Los puntajes individuales son luego promediados para obtener los puntajes generales por empresa, tanto el puntaje global como los puntajes por dimensión.

Problemas planteados, principales hipótesis y resultados

En términos generales, ambas empresas han obtenido niveles promedio aceptables de neuroliderazgo en sus mandos medios. El promedio general de la Empresa B es mayor que el de la Empresa A (69,1 y 65,6, respectivamente). Ahora bien, al discriminar por sujetos, en la Empresa A hay menor variabilidad de resultados que en la Empresa B. Al discriminar por dimensiones, en ambas empresas destacan competencia y conocimiento entre las mejor puntuadas, dando cuenta de que los mandos medios de ambas empresas se autoperciben debidamente capacitados en lo que hace a las habilidades y saberes requeridos para llevar adelante sus tareas. Por el contrario, en ambas empresas destacan también la autoexigencia y la autoestima como las peor puntuadas, dando cuenta de que las mayores debilidades de los mandos medios de ambas empresas se relacionan a cuestiones subjetivas que requieren un abordaje más profundo, personalizado.

Descripción de la novedad y relevancia del trabajo

El principal aporte de este trabajo es la aplicación de un nuevo test autoadministrable, que permitirá a quienes se lo apliquen no solo medir su nivel de neuroliderazgo autopercebido, sino también identificar aquellas dimensiones del neuroliderazgo en las que se encuentran más fuertes, diferenciándolas de aquellas en que deben seguir trabajando. A nivel organizacional, la aplicación del test al conjunto de los mandos medios de una empresa permite tener una evaluación general del nivel de neuroliderazgo de quienes tienen personal a cargo, con la mencionada discriminación por dimensiones, que bien puede usarse para el reconocimiento de necesidades de capacitación que sirvan de base a una planificación efectiva de la inversión en el área.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBANO, S. y otros (2020) Test de autopercepción en neuroliderazgo – prueba piloto. En: XIV Jornadas de Ciencias, Tecnologías e Innovación. Universidad Nacional de Rosario. Rosario, 11 al 13 de noviembre de 2020.

BIZAI, J. (2018) Liderazgo neuroespiritual en acción. SB Editorial, CABA.



NACHTIGALL, P. (2018) Inteligencia emocional en la empresa. Granica, CABA.

FUENTES

Elaboración propia a partir del relevamiento realizado.