



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**La gestión gerencial y el liderazgo en la empresa “Servitextil
Confecciones” de la ciudad de Riobamba**

**Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciado en
Administración de Empresas**

Autor:

Félix Johán Suárez Valdivieso

Tutor:

Econ. Mariela de los Ángeles Hidalgo Mayorga

Riobamba, Ecuador. 2024

DERECHOS DE AUTORÍA

Yo, Félix Johan Suárez Valdivieso, con cédula de ciudadanía 0605170067, autor del trabajo de investigación titulado: La gestión gerencial y el liderazgo en la empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 06 de marzo de 2024.



Félix Johan Suárez Valdivieso
C.I: 0605170067

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Ing. Mariela Hidalgo catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas Carrera de Administración de Empresas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación La gestión gerencial y el liderazgo en la empresa "Servitextil Confecciones" de la ciudad de Riobamba, bajo la autoría de Félix Johán Suárez Valdivieso; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 08 días del mes de marzo de 2024



Econ. Mariela de los Angeles Hidalgo Mayorga
C.I: 0602053654

CERTIFICADODE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

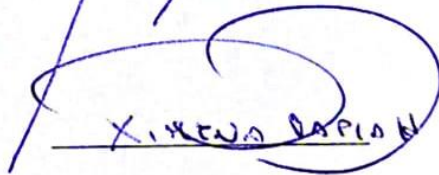
Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación: La gestión gerencial y el liderazgo en la empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba, presentado por Félix Johán Suárez Valdivieso, con cédula de identidad número 0605170067, bajo la tutoría de la Ing. Mariela Hidalgo; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba, a los 08 días del mes de marzo de 2024.

PhD. Alexander Vinuesa
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'A. Vinuesa', written over a horizontal line.

Mgs. Ximena Tapia
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'XIMENA TAPIA', written over a horizontal line.

Mgs. Rosalina Balanzategui García
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'ROSALINA BALANZATEGUI GARCIA', written over a horizontal line.

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

Original

CERTIFICACIÓN

Que, **SUÁREZ VALDIVIESO FÉLIX JOHÁN** con CC: **0605170067**, estudiante de la Carrera **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**La gestión gerencial y el liderazgo en la empresa "Servitextil Confecciones" de la ciudad de Riobamba**", cumple con el **8 %**, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **TURNITIN**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 28 de febrero de 2024



Econ. Mariela Hidalgo
TUTOR(A)

DEDICATORIA

El esfuerzo, dedicación durante la trayectoria educativa como en el desarrollo del presente proyecto de investigación lo dedico con mucho cariño a mis queridos padres, Emma Valdivieso y Félix Suárez, quienes me han brindado amor, apoyo incondicional y sacrificio a lo largo de mi vida. Su constante aliento y guía han sido la fuerza impulsora detrás de mis logros académicos. Gracias por su amor incondicional y por creer en mí cuando a veces dudé de mis propias capacidades. Este logro no habría sido posible sin ustedes.

A mi amado hijo, Elian Suárez, quien ha sido mi mayor inspiración y motivación. Tu sonrisa y tu amor incondicional han iluminado cada paso de este camino. Espero que un día puedas comprender la importancia de la educación y la perseverancia. Todo lo que hago, lo hago por ti.

A mi familia extendida, cuyo apoyo y aliento han sido invaluable. Sus palabras sus consejos, mensajes motivadores y abrazos reconfortantes han sido un bálsamo en los momentos difíciles. Agradezco profundamente su presencia en mi vida y su contribución para que este sueño se haya hecho realidad.

A todos aquellos que han dejado huellas imperecederas en mi camino académico, profesores, amigos y compañeros de estudio, gracias por compartir conocimientos, experiencias y momentos especiales conmigo. Han enriquecido mi aprendizaje y han hecho de esta travesía una vivencia memorable.

Félix Suárez

AGRADECIMIENTO

En este momento de culminación de mi trayectoria académica, deseo expresar mi profundo agradecimiento a todas aquellas personas e instituciones que han sido fundamentales en la realización de este proyecto de Investigación.

En primer lugar, quiero agradecer a Dios, fuente de fortaleza y sabiduría, por guiar mis pasos a lo largo de este arduo camino. A la Universidad Nacional de Chimborazo, agradezco por brindar la oportunidad de formarme como profesional brindando una educación de calidad y con el acceso a recursos y conocimientos que han sido fundamentales para el desarrollo de mi proyecto de investigación. Agradezco a todos los docentes y personal administrativo por su compromiso con la excelencia académica.

Mi más sincero agradecimiento a mi tutora, Mgs. Mariela Hidalgo, por su invaluable guía, apoyo y paciencia a lo largo de este proceso. Su experiencia, dedicación y retroalimentación constructiva han sido fundamentales para el éxito de este trabajo. Me siento afortunado/a de haber contado con su orientación experta.

A mis compañeros de estudios, quienes han compartido conmigo risas, desafíos y momentos inolvidables, les agradezco por su amistad y compañerismo. Juntos hemos enfrentado desafíos académicos y personales, y su apoyo ha sido un estímulo constante para superar obstáculos.

Por último, pero no menos importante, quiero agradecer a mi familia. A mis padres, hermanos, mi amado hijo y demás seres queridos, gracias por su amor incondicional, apoyo constante y por creer en mí en cada paso del camino. Sus palabras de aliento, comprensión y sacrificio han sido la base de mi éxito. Sin su amor y respaldo, este logro no sería posible.

Félix Suárez

ÍNDICE GENERAL

PÁGINAS PRELIMINARES

PÁGINA DE TÍTULO O PORTADA

DERECHOS DE AUTORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE FIGURAS

RESUMEN

ABSTRACT

CAPÍTULO I. INTRODUCCION	16
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.2. Formulación del problema	18
1.3. OBJETIVOS	18
1.3.1. Objetivo General.....	18
1.3.2. Objetivos Específicos	18
1.4. ANTECEDENTES	19
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	21
2.1. Gestión gerencial.....	21
2.1.1. Gestión y gerencia	22
2.1.2. Importancia de la gestión gerencial	23
2.1.3. Beneficios de la gestión gerencial	24
2.1.4. Etapas del proceso de gestión gerencial	25

2.1.5. Gestión del conocimiento	26
2.1.6. Responsabilidad gerencial	28
2.1.7. Dirección estratégica en la gestión gerencial.....	29
2.2. Liderazgo empresarial.....	31
2.2.1. Características del liderazgo empresarial	32
2.2.2. Beneficios de un buen liderazgo empresarial	34
2.2.3. Elementos del liderazgo empresarial	35
2.2.4. Tipos de liderazgo empresarial	36
2.2.5. Pilares del liderazgo empresarial	37
2.2.6. Sector textil en el Ecuador	39
2.2.7. Situación actual de la empresa Servitextil Confecciones de la ciudad de Riobamba	40
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.....	42
3.1. Tipos de Investigación	43
3.2. Diseño de Investigación.....	43
3.3. Hipótesis	44
3.4. Población de estudio y tamaño de muestra	44
3.4.1. Población	44
3.4.2. Muestra	45
3.5. Técnicas de recolección de Datos	45
3.5.1. Encuestas	45
3.5.2. Instrumentos	45
3.6. Métodos de análisis, y procesamiento de datos	45
3.7. Técnicas de procesamiento de la información	46
3.8. Análisis y discusión de resultados	46
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	47
4.1. Encuesta aplicada al personal de la empresa Servitextil confecciones	47

COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS	60
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	64
5.1. CONCLUSIONES	64
5.2. RECOMENDACIONES	65
PROPUESTA	66
1. CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS.....	66
1.1. Hallazgos de dificultades en la empresa Servitextil Confecciones de la ciudad de Riobamba.....	71
2. ACCIONES A EJECUTARSE	73
2.1. PLAN OPERATIVO	73
2.2. PLAN DE CAPACITACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE LIDERAZGO EMPRESARIAL.....	76
ESTRATEGIA 1	78
TEMA: Liderazgo y toma de decisiones.....	78
ESTRATEGIA 2.....	82
TEMA: Estrategias de comunicación horizontal y vertical	82
3. Organigrama estructural de la empresa Servitextil Confecciones	87
4. Funciones del personal de la empresa Servitextil Confecciones	87
5. Estrategias competitivas de la empresa.....	89
6. Imagen empresarial.....	91
BIBLIOGRAFÍA.....	92
ANEXOS.....	96
ANEXO 1.....	96
Matriz de operacionalización de consistencia.....	96
ANEXO 2.....	97
Matriz de operacionalización de variable independiente	97
ANEXO 3.....	98
Matriz de operacionalización de variable dependiente	98

ANEXO 4.....	99
ENCUESTA APLICADA AL PERSONAL DE LA EMPRESA SERVITEXTIL CONFECCIONES	99
ANEXO 5.....	101
FICHA DE LA CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS.....	101
ANEXO 6.....	103
FOTOGRAFÍAS	103

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tamaño poblacional de los colaboradores de la empresa	44
Tabla 2: Gestión gerencial y el liderazgo en relación con la razonabilidad y comunicación .	47
Tabla 3: La gestión gerencial fomenta el liderazgo mediante orientaciones y estrategias	48
Tabla 4: Gestión que recibe sugerencias y forma equipos de trabajo	49
Tabla 5: Líder objetivo que recibe apoyo del personal de la empresa	50
Tabla 6: Gestión gerencial en el accionar interno y externo de la empresa	51
Tabla 7: Líder que maneja motivación e incentivos a los trabajadores	52
Tabla 8: Gestión gerencial en una planificación con objetivos y metas	53
Tabla 9: Empleados de Servitextil Confecciones cuenta con conocimientos de liderazgo.....	54
Tabla 10: Personal de trabajo que conoce la visión de la empresa	55
Tabla 11: Gestión gerencial en el planteamiento de estrategias mercantiles	56
Tabla 12: Organigrama estructural de la empresa.....	57
Tabla 13: Liderazgo que motive la innovación y agilidad	58
Tabla 14: Estrategias para competitividad y difusión a travez de gestión gerencial y liderazgo	59
Tabla 15: Gestión gerencial en el desarrollo y crecimiento de la empresa Sevitextil Confecciones	61
Tabla 16: Datos para encontrar el chi-cuadrado calculado	62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Gestión gerencial y el liderazgo en relación con la razonabilidad y comunicación	47
Figura 2: La gestión gerencial fomenta el liderazgo mediante orientaciones y estrategias	48
Figura 3: Gestión que recibe sugerencias y forma equipos de trabajo.....	49
Figura 4: Líder objetivo que recibe apoyo del personal de la empresa.....	50
Figura 5: Gestión gerencial en el accionar interno y externo de la empresa.....	51
Figura 6: Líder que maneja motivación e incentivos a los trabajadores	52
Figura 7: Gestión gerencial en una planificación con objetivos y metas.....	53
Figura 8: Empleados de Servitextil Confecciones cuenta con conocimientos de liderazgo ...	54
Figura 9: Personal de trabajo que conoce la visión de la empresa.....	55
Figura 10: Gestión gerencial en el planteamiento de estrategias mercantiles.....	56
Figura 11: Organigrama estructural de la empresa	57
Figura 12: Liderazgo que motive la innovación y agilidad	58
Figura 13: Estrategias para competitividad y difusión a través de gestión gerencial y liderazgo	59
Figura 14: Distribución Chi Cuadrado X ²	63

RESUMEN

El trabajo de investigación titulado “La gestión gerencial y el liderazgo en la empresa Servitextil Confecciones de la ciudad de Riobamba” se plantea con el objetivo de identificar el grado de incidencia de la Gestión Gerencial a través de estrategias, dirección y organización tendiente a fortalecer el liderazgo de la Empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba, con el propósito de ampliar el nivel de conocimiento hacia el público local y nacional acerca de su producción así como de la calidad y servicio. El marco teórico se fundamenta en el desarrollo de la variable independiente y dependiente respecto a la importancia, beneficios, etapas, proceso de gestión gerencial, así como los lineamientos de la dirección estratégica, en lo relacionado al liderazgo empresarial se hace referencia a las características, elementos, tipos y pilares de liderazgo. El marco metodológico se centra en una investigación no experimental, de campo y bibliográfico con un diseño descriptivo y explicativo, fundamentado en métodos técnicos y prácticos como son el científico, inductivo y deductivo. Su población se centra en 23 personas que corresponden al gerente, trabajadores y maquiladores de la empresa Servitextil Confecciones de la ciudad de Riobamba. Se realizó una encuesta y una ficha de caracterización de procesos en el área administrativa de lo cual se obtiene como resultado que requieren de orientaciones administrativas y capacitación al personal, pero sobre todo en un 87% consideran que el líder empresarial debe generar orientaciones profesionales aplicando estrategias innovadoras, manejar elementos de motivación e incentivos a los trabajadores. Finalmente se concluye identificando que la empresa Servitextil Confecciones no cuenta con un organigrama estructural en donde se establezcan funciones y responsabilidad para el cumplimiento de sus actividades, el líder posee limitaciones en su nivel de conocimiento en el mercado competitivo y la empresa no posee un plan de desarrollo empresarial en donde se enfoque la misión, visión que conlleve establecer objetivos y metas a largo plazo para el mejoramiento del servicio y su rentabilidad.

Palabras claves: Gestión gerencial, Liderazgo, organización, administración, competitividad.

ABSTRACT

The research, titled "Managerial Management and Leadership in 'Servitextil Confecciones' Company in Riobamba City," aims to assess the impact of Managerial Management on strengthening the leadership of 'Servitextil Confecciones' in Riobamba. The study explores strategies, direction, and organization to enhance the company's knowledge, production, quality, and service for the local and national audience. The theoretical framework covers independent and dependent variables, emphasizing the importance, benefits, stages, and process of managerial management, along with strategic direction guidelines. Regarding business leadership, it references characteristics, elements, types, and pillars of leadership. The methodology employs a non-experimental, field, and bibliographic approach with a descriptive-explanatory design. Including 23 individuals from 'Servitextil Confecciones,' the population comprises the manager, employees, and production workers. Surveys and process characterization forms in the administrative area reveal a need for guidance and staff training. Notably, 87% believe the business leader should offer professional guidance using innovative strategies and motivational elements. In conclusion, 'Servitextil Confecciones' lacks a structural organizational chart, hindering defined roles. The leader's limited knowledge of the competitive market and the absence of a business development plan contribute to the company's challenges in establishing long-term objectives for improved service and profitability

Keywords: Managerial management, Leadership, Organization, Administration, Competitiveness.



Reviewed by:
M.Ed. Jhon Inca Guerrero.
ENGLISH PROFESSOR
C.C. 0604136572

CAPÍTULO I. INTRODUCCION

La gestión gerencial orienta hacia la aplicación de técnicas y estrategias que facilitan el control de todos los procesos en una empresa, el objetivo de la presente investigación es analizar la gestión gerencial a través de estrategias, dirección y organización tendiente a fortalecer el liderazgo de la empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba, mediante una línea de investigación detallada con alcance descriptivo y la aplicación de técnicas para la apropiada recolección de datos como lo es la implementación de encuestas para la obtención de información de forma efectiva y real para identificar su panorama empresarial.

El propósito de orientar el desarrollo de un modelo de gestión gerencial es mejorar el cumplimiento de las metas propuestas, tendiente a impulsar ventajas competitivas de la empresa “Servitextil Confecciones”, en procura de ir progresivamente ganando liderazgo en su campo laboral, para lo cual se hace indispensable que la empresa cuente con una serie de estrategias que permitan una adecuada sostenible y el fortalecimiento sustentable.

La gestión gerencial que debe aplicar la empresa “Servitextil Confecciones”, es una herramienta perfecta para impulsar el desarrollo socioeconómico tendiente a alcanzar sus propias características en procura de diferenciarse frente a su competencia, por lo tanto, es importante abordar fundamentos teóricos de la gestión gerencial y el liderazgo fundamentado en bases sólidas para garantizar nuevas experiencias, aprendizajes y manejo de las estrategias de acción ante la toma de decisiones a corto, mediano y largo plazo.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las Pymes corresponde al 90% de las unidades productivas, siendo estas el 60% de fuentes de empleo, de ellos el 50% de su producción generan un 99% de los servicios utilizados día a día por un ciudadano ecuatoriano, gracias a una adecuada gestión administrativa y gerencial (Riva, 2020).

Las Pymes Ecuatorianas ha promovido la creación de una variedad de emprendimientos y muchos de ellos han exportado sus productos hacia el exterior. “Las innovaciones tecnológicas han sido desarrolladas por PYMES, pero el mayor problema está en el desenvolvimiento empresarial razón por la cual no han logrado liderar su mercado frente

a grandes competidores” (Riva, 2020), lo que implica que la empresa “Servitextil Confecciones” tiene sus limitaciones de orden administrativo en el desenvolvimiento gerencial como generar alternativas de liderar en marketing como ventas a nivel del público de Riobamba y de crecer un poco más allá para llegar al mercado nacional, factores fundamentales que le permitirán alcanzar una adecuada sostenibilidad, crecimiento y liderazgo.

El (Universo, 2022), en su publicación en la prensa manifiesta que de acuerdo al criterio de Javier Díaz, presidente de la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE), por un lado existen problemas con la industria nacional relacionados con el crecimiento de las importaciones de otros países, así como la altísima presencia de informalidad en el mercado de ventas de textiles y sus confecciones en lo relacionado con el contrabando y con los productores que incumplen las leyes ecuatorianas.

Así también, en el Ecuador el sector textil se considera que tienen una gran incidencia macroeconómica, pero que lamentablemente la crisis económica generada por el COVID-19, las movilizaciones sociales y las adversidades políticas del país, la industria textil ha reducido sus ingresos económicos de alrededor de un 30% de los 95 millones que facturó en el primer Quimestre del 2019 (Díaz, 2020). Estas dificultades que atraviesa el sector textil en el Ecuador es un factor crítico porque contaba con alrededor de 230.000 personas trabajando directamente, el cual representa el 31% del sector laboral de la industria manufacturera, pero lamentablemente hasta septiembre de 2022 se identifica que apenas cuentan con 160.000 trabajadores (Comercio, 2023).

Servitextil Confecciones en la especialidad de todo tipo de uniformes deportivos, a pesar de contar con más de una década en la industria textil, se ha mantenido rezagada en términos de crecimiento por falta de conocimientos administrativos en el accionar interno y externo de la administración empresarial, a ello se suma la limitada toma de decisiones oportunas en buscar estrategias de liderazgo empresarial para incursionar en el mercado local y nacional, aspectos que han generado pérdidas económicas, perjudicado su posicionamiento en el mercado, lo que implica que la factoría no cuenta con una estructura administrativa y organizativa.

Adicionalmente, la carencia de una comunicación efectiva tanto horizontal como vertical ha generado un entorno empresarial fragmentado en Servitextil Confecciones, ya que los empleados no cuentan con conocimientos de gestión gerencial y liderazgo que les permita desarrollarse con eficiencias en sus actividades diarias, mediante el aporte de nuevas experiencias y creatividades en procura de que la gerencia pueda tomar decisiones correctivas a través de estrategias claras y eficientes.

Otro de los aspectos críticos de la empresa Servitextil Confecciones es la ausencia de tácticas publicitarias por medios de comunicación social o a través de las redes sociales, situación que ha dejado a la empresa en un estado de estancamiento, sin alcanzar su potencial máximo en el mercado.

1.2. Formulación del problema

¿Cómo la gestión gerencial incide en el liderazgo de la empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

Determinar la Gestión Gerencial y su incidencia en el liderazgo de la Empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual de la Gestión Gerencial en el liderazgo de la Empresa “Servitextil Confecciones”
- Caracterizar las fortalezas del liderazgo de la empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba.
- Diseñar estrategias que impulsen el desarrollo del liderazgo de la empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba.

1.4. ANTECEDENTES

Fabricio Rodríguez en su trabajo de titulación “Sistema de gestión de calidad y su incidencia en los niveles de satisfacción del cliente de la empresa textil Santa Rosa C.A.” plantea que la gestión gerencial mejora los procesos y fortalece los niveles de participación y apoyo en toda la empresa con una visión de mejora continua, orientada a beneficiar a clientes internos y externos del sector empresarial (Rodríguez F. , 2011).

En la tesis titulada “Liderazgo y su influencia en la motivación laboral de los trabajadores en una empresa del sector textil, Ate Vitarte, Lima, 2019”. El liderazgo es clave para el éxito, porque toda empresa debe desarrollar un liderazgo empresarial que apoye en todas las actividades de desarrollo económico, en virtud de que el liderazgo genera confianza y aporta en el proceso motivacional en sus colaboradores mediante la formación de un equipo sólido de trabajo (Pérez, 2020).

En la tesis “modelo de liderazgo gerencial y su incidencia en el desempeño laboral de los funcionarios de la Dirección Provincial del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de Chimborazo”, determina que el liderazgo es un pilar fundamental para toda organización, ante lo cual se considera importante aplicar los elementos básicos de comunicación, motivación, entrenamiento y compensación desde la alta gerencia hasta el personal en general, con la finalidad de que se involucren mutuamente y así lograr sobresalir frente a las múltiples competencias (Angulo, 2001).

En la investigación realizado por (Vásquez, 2022). en lo referente al tema "Liderazgo gerencial y gestión administrativa" de la Universidad César Vallejo del Perú determina que, a medida que prefieren por liderazgos con un sentido revolucionario, transformacional o participativo apoyado en líderes que posean habilidades gerenciales, conllevan a otorgar mayores garantías de superación empresarial por lo que es importante en la aplicación de su gestión administrativa.

(Scott, 2018), en su publicación a través de Dialnet en lo referente al tema: El Proceso de Cambio Fundamentado en el Liderazgo Gerencial y el Trabajo en Equipo, menciona que una empresa para salir adelante dentro de un mercado globalizado, deben promover esfuerzos tanto en el trabajo como en la responsabilidad de sus ejecutivos y colaboradores en pro de buscar cambios oportunos. Para ello, deben desarrollar programas de sensibilización, como la

implementación de un estilo de dirección estratégico y de Liderazgo Gerencial, tendiente a implementar un adecuado cambio. Por otro lado, determina que importante partir de un enfoque de trabajo en equipo, abrir los espacios de análisis, reflexión y la trasmisión de una imagen positiva a los demás integrantes del equipo.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Gestión gerencial

“La gestión gerencial es el conjunto de actividades y procesos que son utilizados por los directivos de una organización en procura de alcanzar los objetivos y metas de la empresa” (Smith, 2023). Gracias a la gestión gerencial se puede alcanzar grandes objetivos en el desarrollo de una empresa, para ello es importante generar estrategias y políticas en base a la organización y control de recursos en procura de alcanzar la eficiencia.

“La gestión gerencial, está inmersa en la administración o dirección de la empresa, en base a la toma de decisiones estratégicas en procura de alcanzar un rendimiento organizativo mediante la asignación de recursos, creación de cultura organizativa sólida y la permanente motivación al personal” (García, López, & Rodríguez, 2019). Se determina la importancia del gerente en una empresa porque es quien debe tomar decisiones estratégicas, estableciendo políticas prácticas e innovadoras que conlleven a asegurar el éxito, sumando a ello la adaptación a cambios sustanciales tomando en consideración el entorno empresarial acorde al desarrollo científico y tecnológico.

“La gestión gerencial es un proceso fundamental responsable de coordinar y dirigir los recursos disponibles de una organización o empresa con la finalidad de alcanzar los objetivos propuestos para ello debe aplicar procesos de planificación, ejecución y evaluación” (Navarro & López, 2021). Se destaca la importancia de los gerentes en el desarrollo de una empresa porque es quien debe promover el crecimiento de su empresa mediante el enfoque de estrategias de éxito tomando en consideración la correlación con la gestión gerencial y el aumento de la productividad.

“La gestión empresarial implica establecer metas, estrategias y planes de acción para alcanzar los objetivos propuestos, en base a la toma de decisiones fundamentado en una información sólida y en la capacidad de adaptarse al cambio sin alejarse de la atención a las personas demostrando respeto, eficiencia y eficacia” (Rodríguez, Gómez, & Pérez, 2022).

En el ámbito administrativo, se continúa considerando básico dentro de la gestión gerencial el modelo planteado por Henri Fayol en lo relacionado a la planificación y organización. “La planificación se refiere a establecer metas, definir estrategias y desarrollar planes de acción para alcanzar las metas. La organización corresponde al diseño de una

estructura organizativa adecuada, asignar responsabilidades, recursos y establecer mecanismos de coordinación. La dirección permite influir en el comportamiento de los miembros de la organización para lograr sus objetivos, y el control implica monitorear y evaluar el progreso hacia el logro de los objetivos y realizar ajustes si es necesario” (Fayol, 2016).

En sí la gestión empresarial implica la estructura de decisiones estratégicas, la asignación eficiente de recursos, el liderazgo efectivo y el seguimiento de los resultados para garantizar el éxito de una organización, la misma que debe ser liderada por un gerente con una visión de desarrollo y con decisiones que permitan avanzar de forma organizada. Por otro lado, el gerente es quien debe tener el poder de guiar a la empresa hacia objetivos de desarrollo empresarial mediante porque en medio de ello debe estar el saber desarrollar acciones de éxito con el contingente de personas demostrando habilidad, motivación y satisfacción para alcanzar los objetivos trazados en una empresa.

2.1.1. Gestión y gerencia

“La gestión es un proceso de actividades encaminadas a fortalecer la contribución y cooperación de todo el personal que forma parte de la organización tendientes a alcanzar los objetivos propuestos” (Casas, Martínez, & González, 2020). Un negocio, organización o empresa debe basarse en la gestión en virtud de que permite articular los recursos humanos, el proceso financiero, los equipos y recursos varios con la finalidad de alcanzar resultados positivos y de hecho encaminado a fortalecer las expectativas del mercado para satisfacer necesidades básicas de sus clientes. Acorde a la gestión está la parte administrativa en lo referente al accionar interno porque la gestión se enmarca en acciones a nivel externo.

“La gestión se enmarca en la eficiencia y eficacia dentro del proceso del manejo adecuado en la utilización de los recursos económicos respecto al desenvolvimiento contable propendiendo a alcanzar un buen estado de liquidez” (Valecillos & Quintero, 2019). Para alcanzar este nivel deben basarse en una adecuada planificación estratégica, diseño organizativo, orientación al cliente, investigación, talento humano, elementos que permiten ejecutar y evaluar para identificar el normal funcionamiento de la organización.

“La gerencia se fundamenta en cuatro procesos básicos que son: planear, organizar, liderar y controlar el desenvolvimiento del personal de la organización y la utilización de

todos los recursos organizacionales” (Treviño, Hartman, & Brown, 2013). Para alcanzar las metas de la organización mucho va a depender de la organización, que de hecho para ello es importante contar con personal capacitado

El administrador gerencial debe hacer uso de procesos técnicos fundamentado en una administración racional de los recursos, de tal manera que las acciones que se generen a lo interno sean ejecutadas con eficiencia y calidad con la finalidad de hacer que la empresa alcance la excelencia y el renombre en el mercado frente a las múltiples competencias.

2.1.2. Importancia de la gestión gerencial

“La gestión gerencial es importante en las empresas porque son quien encamina procesos competitivos para alcanzar el éxito deseado y a través de ello se dan a conocer las directrices empresariales para controlar el cumplimiento de los objetivos establecidos” (Interim Management, 2016).

“La gestión gerencial debe relucir ventajas competitivas de la organización a la que representa con la finalidad de alcanzar el liderazgo en el mercado, para ello debe seguir caminos de éxito partiendo de la identificación de errores, planes de contingencia y la selección del personal capacitado para asumir su responsabilidad y solucionar problemas existentes” (Avolio & Yammarino, 2022).

Es notorio la importancia de la gestión gerencial, pero para ello debe estar presente la planificación estratégica, la toma de decisiones, asignación adecuada de recursos y la supervisión de las operaciones diarias, es decir los gerentes deben poseer habilidades de liderazgo para inspirar confianza, respeto y responsabilidad, así como debe saber motivar a sus empleados, fomentar la colaboración y fomentar un ambiente de trabajo productivo.

“En la actualidad dado el avance de la ciencia y la tecnología las empresas deben adaptarse a nuevas estrategias, metas, ideologías y tecnologías tendientes a buscar mejorar su negocio con la finalidad de ser exitoso” (Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2015). El accionar del gerente es de vital importancia en una empresa porque a más de poner en acción la utilización de elementos tecnológicos implica que se deben implementar políticas y prácticas innovadoras que orienten adaptabilidad al cambio y al aprendizaje organizacional continuo.

Es importante el accionar gerencial porque es la persona encargada de regir a su equipo de trabajo que están bajo su responsabilidad, quienes aportan a diario el desenvolvimiento de sus actividades, aspecto que le encamina a realizar una adecuada supervisión y coordinación y en medio de ello identificar los posibles problemas dentro de la organización con la finalidad de solucionar a tiempo antes de que se desencadene en situaciones más críticas. Así también el gerente es el encargado de tomar decisiones adecuadas y oportunas como las de aprobar las planificaciones de los coordinadores con la finalidad de enrumbarse hacia el éxito acorde a los objetivos planteados.

2.1.3. Beneficios de la gestión gerencial

“La gestión gerencial ejercida de forma efectiva es beneficiosa para el éxito de una organización para ser más competitivo y dinámico, pero para ello debe desarrollar habilidades de liderazgo y de comunicación sólida para establecer una visión clara, transmitir metas y objetivos y fomentar la colaboración dentro del equipo” (Daft & Marcic, 2015). Es de gran beneficio la gestión gerencial en una empresa en virtud de que es quien toma decisiones en base a ciertos análisis y evaluaciones exhaustivas de informaciones relevantes, para ello es importante considerar los siguientes beneficios (Hernandez, 2021):

- a. **Conocimiento de la realidad.** El gerente debe conocer necesidades de adaptación al cambio del medio circundante, los recursos existentes, alternativas de financiamiento, legislación del país, políticas económicas internas y externas con la finalidad de conducir a la organización para alcanzar la misión establecida.
- b. **Establecer los cambios.** Se debe establecer una estructura organizacional donde permita motivar al personal, tanto en lo formal e informal.
- c. **Aplicación de metodologías.** El éxito empresarial está en la gestión gerencial en base a la aplicación de procedimientos metodológico bien organizados.
- d. **Pensamiento futuro.** El gerente debe tener claro un plan estratégico con la finalidad de orientar el accionar positivo hacia el futuro para alcanzar el éxito deseado.
- e. **Evaluación.** La evaluación periódica de la empresa conlleva a identificar los resultados obtenidos, tendiente a determinar decisiones en forma precoz para generar medidas correctivas inmediatas.
- f. **Mejora.** En base a los indicadores de calidad y a la revisión periódica del desenvolvimiento organizacional como de las reuniones con el personal administrativo

permitirá definir una visión de futuro a través de estrategias que conlleven a la solución de problemas.

2.1.4. Etapas del proceso de gestión gerencial

“El proceso gerencial se fundamenta en la gestión estratégica en base a un conjunto de reglas que permiten mejorar el negocio mediante la toma de decisiones óptimas, tendientes a generar un impacto a mediano y largo plazo con la finalidad de garantizar su desarrollo y sostenibilidad frente a la competitividad” (Bojórquez, 2015). En este sentido se determina que la alta gerencia debe planificar primeramente estrategias de éxito para luego aplicar ese pensamiento en el proceso administrativo, pero de hecho se alcanza el éxito cuando todos se empoderan del negocio y entienden la estrategia.

La gestión estratégica orienta a coordinar los esfuerzos por parte de todos los trabajadores en torno a las metas establecidas por parte de la empresa. Las principales etapas de la gestión estratégica dentro del ámbito gerencial es la planificación, organización, determinación de políticas institucional, optimización de equipos y seguimiento y evaluación, mismas que se detallan a continuación (Velázquez, 2022):

- **Establecimiento de metas:** la alternativa de determinar metas es precisamente para definir una visión de la empresa, para ello se debe tomar en consideración tres facetas: primeramente, definir los objetivos a corto y largo plazo. posteriormente, definir cómo es que se va a lograr los objetivos y finalmente, definir las actividades de acuerdo al personal según la responsabilidad otorgada.
- **Análisis:** se parte de la recopilación de la información y datos relevantes para lograr su visión, para ello es importante conocer las necesidades de su establecimiento para ayudar a crecer el negocio.
- **Formulación de la estrategia:** identificarlos recursos existentes en la empresa ya que esto permitirá alcanzar las metas y objetivos establecidos, dentro de aquellos recursos es clave determinar los recursos externos, así como conocer de cerca problemas que afectan a la empresa para priorizar según su trascendencia e importancia para tener éxito formular alternativas de éxito..

- **Implementación de la estrategia:** corresponde a poner en ejecución el proceso de gestión gerencial, pero si en caso de que la estrategia no genera el éxito deseado, se debe instalar nuevas alternativas al inicio de esta etapa.
- **Evaluación y control:** es fundamental que se realicen evaluaciones o mediciones del desempeño basado en ciertos parámetros con la finalidad de identificar el accionar de asuntos internos y externos en procura de generar correctivos oportunos o cuando sean necesarios.

2.1.5. Gestión del conocimiento

“Dentro de la gestión gerencial es básico la gestión de conocimiento, con la finalidad de identificar, encontrar, clasificar, proyectar, presentar y utilizar los saberes y la experiencia empresarial, así como el proceso organizacional para alcanzar ventajas competitivas” (Nieves & León, 2021). La gestión del conocimiento encamina a poner en juego todos sus saberes y sapiencias administrativas y organizacionales para encaminar, incrementar y explotar la magnitud competitiva, porque en realidad al desarrollar todas sus capacidades en beneficio de la empresa permite enfrentar y resolver los múltiples problemas sean simples o complejos y con ello aumentar los niveles de rentabilidad de la empresa.

“Cuando el gerente es inteligente y acumula más experiencia para ejecutar en beneficio de la empresa, mayor será la posibilidad de alcanzar ventajas ante los competidores del mercado” (Bracho, Colmenárez, & Hernández, 2016). Aquello implica que el conocimiento no debe encajar únicamente en el administrador sino de compartir el aprendizaje porque al evolucionar en su propio espacio tiene la capacidad de encaminarse con mayor efectividad para demostrar su capacidad organizacional. Sus objetivos son:

- Aumentar la rentabilidad de su negocio.
- Mejorar el nivel de comunicación.
- Fortalecer la competitividad con proyecciones al futuro.
- Engrandecer el liderazgo empresarial.
- Mejorar su rendimiento productivo.

El gerente al poner en práctica todos sus conocimientos y experiencias debe proyectarse con un propósito firme que son:

- Aprovechar las habilidades y aptitudes de los trabajadores para mejorar su producción.
- Percibir que tener un personal calificado permite alcanzar eficiencia en la empresa para enfrentar la competitividad.
- Que los nuevos avances científicos y tecnológicos van evolucionando cada día por lo que la vida del conocimiento es siempre más corta.
- El uso de telecomunicaciones y principalmente del Internet conlleva a fortalecer a la empresa.
- Identificar que sus productos y el servicio que otorga deben actualizarse de forma más sofisticada demostrando conocimiento tanto en calidad y cantidad.

“Una organización que esté bien administrada implica que aprendió a crear, adquirir el conocimiento y modificar su comportamiento para enmarcarse en nuevos conocimientos que les conlleva a interpretar las dificultades existentes para convertirse en una organización inteligente” (Burbano, 2017). Para ampliar los conocimientos y alcanzar el liderazgo empresarial, la organización debe considerar los siguientes elementos:

- **Capacitación:** desarrollar procesos de capacitación para orientar a todo el personal para su normal desempeño en el cargo asignado.
- **Recursos:** poseer un amplio conocimiento acerca de los recursos existentes tanto en maquinaria o herramientas que utilizan para la actividad empresarial.
- **Procesos:** Debe cumplir una serie de actividades en lo relacionado a su responsabilidad, para ello debe aplicar todos los procesos para generar cambios en la empresa.
- **Historia:** corresponde al historial de conocimientos que posee el administrador, es decir todo un bagaje de experiencia.
- **Información:** fundamentar su conocimiento en base a los documentos existentes en la empresa, estos son libros, manuales, medios audiovisuales, entre otros.
- **Talento humano:** poseer conocimiento del personal tanto en sus responsabilidades como habilidades porque de acuerdo con ello verificará la necesidad de contratar otros empleados.
- **Heurística:** Son conocimientos alcanzados en base a su iniciativa para mejorar e innovar su desenvolvimiento.

Este enfoque relacionado al conocimiento es clave para el desarrollo empresarial, que de hecho en muchos de los casos se encuentran con tropiezos o a su vez con errores

involuntarios, pero lo importante es saber auto valorarse para vencer dificultades ya que en base a los éxitos propios y ajenos encaminará al fortalecimiento de la empresa.

2.1.6. Responsabilidad gerencial

“La gestión gerencial es el proceso de influir frente al talento humano con la finalidad de orientar sus esfuerzos hacia el cumplimiento de metas y objetivos, dependiendo aquello del estilo y cumplimiento del personal con respecto a sus funciones” (Milano & Moreno, 2017).

La dirección gerencial es una herramienta importante en el desarrollo empresarial porque es aquí en donde superiores y subordinados aúnan esfuerzos para alcanzar los objetivos propuestos en base a resultados dentro de un determinado período en términos cuantitativos como cualitativos. El gerente debe tener presente que su rol debe centrarse en acciones interpersonales, asuntos informativos y en el rol de decisión.

“En la actualidad las empresas tienen una estrecha relación con el desenvolvimiento y responsabilidad gerencial acorde a los cambios sustanciales en el manejo administrativo y organizacional frente al mejoramiento e innovación en los procesos de control de producción con eficiencia y eficacia para alcanzar el liderazgo en el mercado competitivo” (David, 2013).

Se identifica lo fundamental que es la responsabilidad gerencial en el desarrollo empresarial, porque a más de generar una serie de acciones internas y externas debe estar también ligado dentro del control de la información financiera para identificar el éxito o el fracaso a ello se suma el papel fundamental de contribuir al trabajo en equipo mediante la consolidación de actividades en procura de fortalecer la organización y la aplicación adecuada de los recursos. Implica entonces que el gerente debe estar claro de la función administrativa tomando en consideración los siguientes elementos: planeación, organización, recursos humanos, motivación y control de la empresa.

El gerente al centrarse en la responsabilidad de los procesos financieros implica que su gestión debe realizar a través de tácticas y métodos técnicos que se centren a través de un proceso democrático para generar un equilibrio social y económico para alcanzar el crecimiento empresarial y porque no decir que aquello contribuye al crecimiento económico del país.

La responsabilidad gerencial debe estar centrado en administrar de manera proactiva la gestión financiera, la misma que debe ser clara, precisa y transparente, así como le permite tener conocimientos de la empresa ante los entes de control, de esta manera la función gerencial se evidencia que cumple un rol importante en las organizaciones porque su dirección debe encajarse en el personal a través de objetivos claros que motiven el fortalecimiento de ñas estrategias planteadas, para ello debe revisar los siguientes factores:

- a. Estructura empresarial.** La estructura administrativa se considera como la base de diseño o modelo que se guía la empresa con la finalidad de cumplir con las metas y objetivos propuestos. Una adecuada estructura organizativa conlleva a hacer la diferencia frente a otras empresas porque orienta a determinar prioridades y necesidades competitivas, además de reflejar la situación de la organización considerando edad, tamaño, tipo de sistema de producción el grado de complejidad y dinamismo con el entorno.
- b. Organización empresarial.** Se identifica como un sistema social que está integrado por individuos y grupos de trabajo relacionados con una estructura que desarrollan actividades y responsabilidades asignadas. Según (Chiavenato, 2019), manifiesta que una organización funciona cuando hay responsabilidad como la capacidad de comunicarse y actuar en equipo para alcanzar el objetivo común. Así también manifiesta que existe una organización cuando dos o más personas se unen para cooperar entre sí poniendo en juego iniciativas individuales que encajen en el desarrollo de la empresa para alcanzar los objetivos comunes.

2.1.7. Dirección estratégica en la gestión gerencial

“La dirección estratégica dentro de la gestión gerencial corresponde a la formulación de finalidades y propósitos encaminados a la consecución de objetivos para largo plazo, lo que implica que se encamina a la perdurabilidad, sostenibilidad y crecimiento, lineamientos que aportan para la formulación de objetivos y lineamiento que deben plasmarse en el plan estratégico” (Sapiro & Chiavenato, 2011).

Implica que la dirección estratégica orienta y enriquece las competencias gerenciales para conducir a la organización hacia una gestión integral en procura de afianzar la competitividad de la empresa, para ello es importante fundamentarse en tres etapas básicas

que son: Análisis. Hace referencia al establecimiento de estrategias. Elección, decisión. Es la determinación de acciones tácticas y de propuestas operativas como parte del diseño de estrategias de mejoramiento para alcanzar los objetivos propuestos. Para procesar estas tres etapas es importante la integración organizacional con sus clientes en base a los cambios propuestos.

“El accionar eficiente de la dirección estratégica se encamina por la administración de un personal con conocimientos, capacitado y con experiencia en este campo profesional y con las exigencias del profesionalismo actual debe poseer un título de cuarto nivel en administración de empresas” (Arias, 2020).

En la actualidad, al estar inmersos en un mundo globalizado y competitivo es importante la dirección estratégica para el cumplimiento progresivo de una empresa y para mantener la durabilidad en el mercado a largo plazo. Así también, la clave está dinamizar acciones en funciones de decisiones prioritarias que permitan cumplir con las expectativas y requerimientos de sus clientes, que de hecho todo aquello depende de la estrategia gerencial como del conocimiento, la comprensión y el fundamento filosófico de la organización en procura de buscar un equilibrio entre el accionar de su negocio con la competitividad en el mercado, para ello es básico fundamentarse en las siguientes estrategias:

- a. **Objetivos estratégicos.** Debe establecer la misión y visión de la empresa, sus objetivos en procura de alcanzar la meta de la empresa.
- b. **Planificación estratégica.** En base al análisis estratégico y acorde con la metodología propuesta debe diseñar alternativas que permitan alcanzar la misión y los objetivos establecidos.
- c. **Implementación estratégica.** Es importante aplicar las actividades necesarias, así como mantener el debido control para que se cumpla a cabalidad y se alcancen los objetivos de la empresa.
- d. **Personal de trabajo.** Debe ser escogido por competencias tomando en consideración su perfil profesional en lo referente a conocimientos, experiencia y ética de comportamiento. Cuando el personal tenga una actitud de mente positiva implica que se adapta y genera actividades positivas aspecto que a futuro le conlleva a generar promociones con ventajas competitivas y estabilidad laboral. El empleado también está en la capacidad de proponer tareas, de poner en juego su experiencia, autodesarrollo en base a su propia autogestión.

- e. **Maquinarias y equipos de trabajo.** Son elementos que forman parte de la empresa y sirven para ejecutar el trabajo específico, por lo que es importante desarrollar un mantenimiento planificado con la finalidad de reducir costos por efecto de reparaciones, aumentar la vida útil, aumento de la producción. El mantenimiento que se debe dar debe ser de tipo preventivo y predictivo.
- f. **Capital de trabajo.** Se refiere a las cuentas corrientes que son utilizadas por las empresas tanto en lo referente a los pasivos corrientes como del capital de trabajo, por lo que es importante que las empresas dispongan de un capital adecuado para el trabajo operacional. Para el adecuado manejo e inversiones existentes se debe permitir a que su empresa sea evaluada en lo referente a finanzas para que permitan seguir adelante sin dificultades.

Se puede determinar que las estrategias que debe aplicar un gerente son de carácter competitivo mismas que deben adaptarse según el tiempo, la competitividad, la tecnología y principalmente el de saber generar innovaciones que conlleven al desarrollo empresarial.

2.2. Liderazgo empresarial

“El liderazgo cumple un papel importante en el rendimiento organizacional partiendo del impacto de motivación a los empleados para influir en la cultura organizativa en base a su desempeño y a la innovación de la empresa” (Bass & Riggio, 2016).

Para desarrollar un adecuado liderazgo en la empresa el gerente requiere de habilidades cognitivas para resolver problemas fundamentado en decisiones firmes, así también debe poner énfasis en las habilidades interpersonales tanto en la comunicación efectiva como en la capacidad de incidir ante los demás tendiente a superar progresivamente en base a su experiencia, la capacitación y el aprendizaje continua, elementos que le encamina a desenvolverse con mayor competitividad.

“El liderazgo efectivo y participativo influye en los procesos organizativos de la empresa, el cual incluye a los empleados en la toma de decisiones, lo que implica que hay una mejora en la comunicación, el trabajo en equipo y la resolución de problemas” (Goleman, 2020).

Dentro del liderazgo efectivo está la ética el cual implica actuar con integridad, responsabilidad y preocupación por el bienestar común, para ello debe tener presente normas

y valores éticos con la finalidad de promover una cultura organizativa para alcanzar confianza en base a su honestidad.

Los líderes pueden enfrentar una serie de desafíos en el entorno empresarial, así como los cambios acelerados de la tecnología por lo que los mercados globales necesitan de líderes que se adapten a los retos y se encuentren orientados a la innovación, lo que implica que el desafío es enfrentar a los múltiples desafíos en base a habilidades de liderazgo flexible con una mentalidad abierta tendientes a saber superar los problemas internos y externos.

“El liderazgo y la gestión gerencial son aspectos fundamentales en el impulso del crecimiento empresarial porque debe poner al frente de la organización su capacidad de líder para articular una visión clara y convincente, establecer metas y objetivos realistas, y motivar e inspirar a los miembros del equipo para alcanzar el éxito” (D’alessio, 2018).

“El líder debe poner énfasis en la planificación estratégica, la asignación adecuada de recursos materiales y humanos, la supervisión y la evaluación del desempeño con la finalidad de tomar decisiones de éxito de forma oportuna” (Morgado, Aldana, & Isea, 2019). Un buen liderazgo encamina a desarrollar una eficiente gestión gerencial con lo cual conlleva a fortalecer la productividad dentro de la organización de forma sostenible con lo cual promueve la alineación a los objetivos establecidos, a la coordinación de actividades y al enfoque de un entorno propicio para la motivación y la obtención de los resultados deseados.

“El liderazgo es un punto de partida fundamental en el éxito de la eficiencia, eficacia y efectividad de las empresas” (Capa, Benítez, & Capa, 2008). Su finalidad es analizar las potencialidades del liderazgo en procura de fortalecer su competitividad frente a una serie de organizaciones.

2.2.1. Características del liderazgo empresarial

“Los directivos de la empresa están en la obligación de motivar a todo el personal para el cumplimiento de sus responsabilidades para alcanzar los propósitos y metas a corto, mediano y largo plazo, aspecto que conlleva al desarrollo de la organización” (Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2014).

Para el desarrollo del liderazgo empresarial es evidente que es importante la participación del personal, porque cada uno aporta con su trabajo en el área correspondiente, así como pueden establecer propuestas innovadoras para alcanzar los objetivos de la empresa.

Otro aspecto prioritario que debe estar presente en el liderazgo empresarial son los enfoques basados a procesos en virtud de que las actividades y los recursos existentes deben ser manejados adecuadamente en cada una de las áreas, departamentos, oficinas, pero implica que jamás deben conformarse con lo existente porque siempre deben estar innovándose y buscando cada día nuevas mejoras, en virtud de que son elementos básicos que encaminan a sostener la vida de la empresa, para ello deben considerarse los siguientes características:

- Excelente capacidad de comunicación
- Carisma
- Permanente motivación del equipo
- Entusiasmo
- Organización para la gestión de sus recursos
- Capacidad de resolución de problemas
- Visión de futuro
- Creatividad
- Saber realizar negocios
- Escucha activa
- Disciplina
- Honestidad
- Saber tomar decisiones firmes
- Aplicación de estrategias
- Perfil empresarial

Cada empresa debe otorgar importancia a valores, capacidades y habilidades con la finalidad de enmarcarse en un adecuado liderazgo para alcanzar al máximo su productividad frente a la competitividad.

2.2.2. Beneficios de un buen liderazgo empresarial

“Al contar con un buen líder una empresa alcanza diversos beneficios como es el mejoramiento del rendimiento empresarial, así como permite crear un ambiente idóneo de trabajo tendiente al aumento de la productividad” (Pulgar & Ríos, 2017).

Cuando existe un ambiente óptimo en la empresa, permite a los trabajadores sentirse motivados y contentos, lo que implica que un trabajador feliz en su espacio laboral trabaja con ahínco en procura de conseguir los objetivos establecidos por la empresa, factores que conllevan a mejorar la imagen y productividad empresarial tanto a nivel interior como exterior para avanzar hacia la competitividad frente a los demás.

Cuando la empresa no posee de un buen líder, implica que el liderazgo puede fracasar, ante lo cual es importante manejarse con buenas estrategias con el fin de alcanzar a los objetivos establecidos para largo plazo, implica también que el gerente debe poner en juego sus capacidades intelectuales a través de un trabajo coordinado y de un conjunto de cualidades de su personalidad para guiar y controlar a todos sus empleados para obtener resultados reales y positivos. En este contexto se pueden enunciar los siguientes beneficios:

- Se fortalece las ventajas de la empresa
- Se alcanzan objetivos de largo plazo
- Los empresarios elevan su autoestima manteniéndose motivados y contentos
- Se desarrolla el trabajo grupal
- Generar mayor cantidad de ventas
- Se incrementa los beneficios económicos
- Se evita el malestar y ausencias en el trabajo
- Mejora el clima empresarial
- Se mejora la imagen empresarial
- Se fortalece la capacidad de la empresa

En definitiva, el liderazgo empresarial se mejora y alcanza beneficios alentadores a largo plazo cuando el líder o gerente sabe analizar, diseñar y toma decisiones precisas cuando tiene diseñado estrategias empresariales que se enmarquen en función de la empresa y se encaminen a la obtención de los objetivos empresariales.

2.2.3. Elementos del liderazgo empresarial

“El liderazgo empresarial es la capacidad de manejar la empresa con habilidad para el desarrollo socioeconómico y, es capaz de incidir con mente positiva en los trabajadores para alcanzar sus objetivos propuestos” (Donawa & Morales, 2019).

El buen líder es quien motiva a los trabajadores, busca el desarrollo de la empresa a, no impone sus ideas sino es democrático para que el equipo de trabajo también aporte con ideas innovadoras, por lo que se debe tomar en consideración los siguientes elementos:

- a. **Trabajo en equipo.** Aplicar dinámicas de trabajo en equipo permiten fortalecer el ambiente laboral, aspecto que aumenta la confianza entre empleados, la productividad y la satisfacción laboral. Para cumplir con este elemento se debe tener presente un conjunto de técnicas y metodologías que conllevan a construir grupos humanos más relacionados y motivados para cumplir con sus responsabilidades, lo que implica que la complementariedad y solidaridad permite a los profesionales a que se sientan más seguros en sus tareas y trabajo en equipo para enfrentar los proyectos en marcha.
- b. **Motivación.** La empresa no solo debe centrarse en incentivos a los empleados sino es importante la motivación laboral para que se sientan cómodos, en confianza y con predisposición de trabajo, situación que se determina que es el motor clave del negocio para que la empresa triunfe o fracase y de hecho permita implementar políticas de recursos humanos que se encaminen hacia el fortalecimiento direccional.
- c. **Estructura organizacional.** Orienta hacia la organización de la empresa y de la funcionalidad de sus trabajadores. Aquí se determina el sistema jerárquico de la autoridad hacia los trabajadores, mismo que se identifica a través de un organigrama de la empresa en donde se plantean acciones de organización interna y administrativa.

La estructura organizacional diseñada y planificada de forma correcta conllevan hacia el enfoque de esfuerzos para llegar a los objetivos en procura de que cada departamento crezca en la misma dirección, con lo cual se evitaría limitaciones en la autoridad, falla en la coordinación y en la lentitud dentro de la toma de decisiones. Para cumplir con estos elementos es importante que el líder organizacional delegue tareas, fomente el crecimiento y potencial de los trabajadores y el fomento colaborativo a través de correcta comunicación interna.

2.2.4. Tipos de liderazgo empresarial

Se enfocan cinco tipos de liderazgo empresarial, con sus propias consecuencias frente a los trabajadores tanto en lo laboral como en lo psicológico. A continuación, se detalla cada uno de ellos (Porter, 2016):

- a. **Liderazgo Laissez-faire.** Es positivo en sus acciones porque confía en el trabajo de sus empleados, además sabe que están preparados para desempeñar sus tareas, aquello implica que deja en libertad a sus trabajadores para que cumplan con sus tareas de forma práctica como lo saben hacer. Implica que se valora los resultados y no los procedimientos, pero cuando tienen que aconsejar y orientar lo hace oportunamente, es decir es un líder que motiva permanentemente para que sean más eficaces.
- b. **Liderazgo democrático.** Este tipo de líderes confían en la relevancia de sus empleados, promoviendo la participación para que se sientan realizados porque sus criterios u opiniones son tomadas en cuenta. El líder democrático deja de lado el autoritarismo mediante la estimulación de una adecuada comunicación interna, prevaleciendo el trabajo en equipo con lo cual tendrá una visión más amplia del desarrollo empresarial.
- c. **Liderazgo autocrático.** Ostentan su cargo demostrando poder y sin que otros puedan demostrar su inconformidad frente a sus decisiones, peor que el trabajador pueda expresar sus opiniones. Se considera como un liderazgo negativo porque puede provocar estrés, bajo autoestima, deserción de empleados y baja productividad. Es decir, aquí prevalece que el jefe manda y los trabajadores únicamente se limitan a obedecer.
- d. **Liderazgo transaccional.** Se centra comúnmente al intercambio de trabajo en base a incentivos económicos, es decir que el jefe genera un beneficio económico a sus empleados por el trabajo bien hecho, situación que favorece a las dos partes. Se considera que es un liderazgo positivo en virtud de que fortalece el don empresarial, mejora la productividad, mejora los ingresos económicos para la empresa y el empleado, se fortalece el clima laboral.
- e. **Liderazgo transformacional.** Se centra en el capital humano porque se fundamenta en el compromiso de los trabajadores al confiar en el cumplimiento de sus responsabilidades, esto implica que confía en ellos y permite una comunicación de confianza entre jefes y empleados. En este sentido este tipo de líderes permiten fomentar la creatividad y participación común sin miedo a los retos, pueden afrontar riesgos y a su vez reciben motivaciones y estimulación de confianza bidireccional.

2.2.5. Pilares del liderazgo empresarial

“El liderazgo empresarial debe propender a conseguir el crecimiento de la empresa, para ello debe tener definidas estrategias objetivas que permitan definir prioridades, motiven al personal, se vislumbren resultados y se analicen durante todo el proceso para identificar los logros en el plazo establecido” (Fred, 2013).

Es un factor determinante que el buen líder, establezca metas en común para trabajar en función de objetivos empresariales en procura de cumplir con su misión y poseer una visión de futuro a largo plazo, lo que implica que esta persona debe impulsar sin miedos ni temores a los retos y competencias, por lo tanto es quien debe motivar al equipo de trabajo, es quien toma la iniciativa, gestiona, convoca a sus subordinados e impulsa el desarrollo empresarial para conseguir las metas propuestas en forma conjunta.

“Los pilares del liderazgo empresarial debe fundamentarse en la habilidad gerencial para aplicar procesos en procura de influir en los demás con la finalidad de conseguir los objetivos propuestos y satisfacer las aspiraciones de la empresa” (Dess & Lumpkin, 2013).

El líder empresarial es quien propende desarrollar el máximo potencial de los trabajadores, generar el liderazgo empresarial en procura de alcanzar un desarrollo positivo y creíble en el mercado competitivo, para ello debe sustentarse en los siguientes pilares fundamentales:

- a. **Ética.** Está asociada al fortalecimiento de valores de humildad, justicia y confianza, misma que conlleva a que el líder tenga coherencia entre las normas establecidas, sus compromisos y la responsabilidad para cumplir con lo estipulado con sus trabajadores.
- b. **Serenidad.** Un buen líder debe poseer serenidad para resistir los momentos de presión interna y externa, para ello debe poseer calma, tranquilidad, saber controlar sus emociones y buscar alternativas para solucionar los conflictos o contratiempos.
- c. **Capacidad.** El líder debe demostrar capacidad para asumir su responsabilidad y enfrentar los nuevos retos con inteligencia, talento y productividad en procura de que la empresa funcione correctamente. Puede ayudarse del equipo de trabajo, en la actualidad que está a la luz del día la tecnología puede ayudarse de un software de evaluaciones y de un sistema para que la empresa supervise adecuadamente los procesos, tareas y proyectos, puede

también desarrollar cursos para impulsar su rendimiento, así como debe generar motivaciones e incentivos.

- d. Valentía.** Debe saber tomar decisiones firmes frente a los momentos complicados, aceptando críticas, venciendo dificultades y corrigiendo errores y equivocaciones propendiendo modificar con acciones positivas que conlleven al éxito de la empresa.
- e. Convicción.** El líder debe estar convencido de creer en lo que está haciendo, para ello también está en la capacidad de transmitir ese convencimiento a su equipo de trabajo para avanzar todos en la misma dirección. Esta convicción exige compromiso, entrega y confianza.
- f. Consideración.** El líder empresarial de debe actuar enmarcado en el despotismo, por lo contrario, fomentará el respeto y la empatía hacia todos sus subordinados a través de una actitud rápida, mediante el diálogo sabiendo escuchar las opiniones y criterios de todos.
- g. Invertir en talento.** El buen líder permite crecer profesionalmente a sus trabajadores, así como están en la capacidad de implantar iniciativas que permitan premiar el talento, su responsabilidad y el trabajo. Por otro lado, la empresa debe brindar facilidades para que cuenten con una plantilla de un software con la finalidad de garantizar la formación y capacitación del personal en las competencias más necesarias.
- h. Visión estratégica y capacidad de adaptación.** El líder debe tener definido una estrategia clave para planificar y ejecutar con la finalidad de estar preparados frente a los peligros que puedan surgir i los contratiempos que se presente en el tiempo y el espacio.
- i. Valores estratégicos.** El líder debe demostrar valores éticos y morales, así como enaltecer los valores propios de la empresa. Para que sean eficaces los valores es importante plasmar de manera permanente las acciones positivas para adaptar según las circunstancias.
- j. Motivación.** Es imprescindible la ejecución permanente de la motivación de los equipos de trabajo desde el inicio hasta el final. Aunque en el transcurso del tiempo se generen una serie de dificultades el líder es quien debe estimular para que el ánimo de los trabajadores no decaiga.
- k. Perfecta ejecución.** Debe dirigir con mucha decisión la ejecución de un proyecto, en base al desarrollo profesional de los empleados tomando en consideración el uso de los recursos y el desenvolvimiento profesional.

2.2.6. Sector textil en el Ecuador

En la actualidad se identifica que el sector textil del Ecuador tiene una importante incidencia en los indicadores macroeconómicos del país, pero a su vez viene atravesando una profunda crisis económica provocada por las movilizaciones del año 2019 y 2022, a ello se suma también las afectaciones de la pandemia por el COVID-19, factores que han incidido en reducciones significativas en las utilidades de año tras año.

Por otro lado, se mantiene la gran incertidumbre frente a la inseguridad y al desbalance político del país porque aquello conlleva a bajas en sus ventas y si no se vende como se paga al personal sus salarios y las declaraciones en el SRI. Sin embargo, frente a todas estas dificultades el sector textil se sigue manteniendo como líder en el desarrollo manufacturero y principal sector que genera plazas de empleo en el país, por lo que tiene las posibilidades de crecer tanto a nivel interno como en acciones de exportación.

Según los datos del INEC se determina que, el 11,5% de la industria manufacturera fue fortalecida dentro del sector textil, factor que permitió captar más mano de obra dentro de la fabricación de prendas de vestir. Geográficamente el INEC (2010) representa por provincias el establecimiento de mayor número de empresas del sector textil: Pichincha (27%), Guayas (17%), Tungurahua (8,1%), Azuay (7,5%) e Imbabura (4,5%).

“La industria textil ecuatoriana en marzo de 2019 facturó cerca de 95 millones en el mercado nacional y ahora como mucho llegó al 30% de esa cantidad” (Díaz, 2020). Aquello implica que las ventas cayeron en un 23%, lo que representa unos \$73 millones menos de ventas entre enero-agosto de 2019. Aquello es una realidad crítica porque en un cierto período el sector textil poseía alrededor de 230.000 personas trabajando directamente, pero hasta septiembre de 2022 se encontraban laborando alrededor de 160.000, mismo que representa el 31% de los existentes dentro de la industria manufacturera (El Comercio, 2023), tomando en cuenta que en época del COVID perdieron el mayor número de plazas de trabajo, mismo que bordeaba por cerca de 40.000 personas.

Otros datos de expertos en procesos económicos manifiestan que alrededor de 8000 plazas de empleo se perdió en el sector textil del Ecuador entre enero y septiembre de 2020, lo que representa una disminución del 9% de empleo. Según los datos del Banco Central del Ecuador (BCE) y el Sistema de Rentas Internas (SRI), aquello tiene correlación directa con

las ventas demostrando que existen indicadores negativos, porque llegaron apenas a USD 500 millones, cuando el promedio era de USD 1 000 millón anual.

Díaz hace mención que el sector textil se enmarca en otros problemas a parte de la situación de crisis política y social del país, el mismo que afecta en todo sentido, esto es el contrabando, factor que conlleva a la caída del consumo, concomitante con ello es el desempleo, la percepción de la pérdida del empleo y la falta de liquidez.

Días, expresa que: “Estamos quedando en la cola. Se tiene una realidad complicada, que está afectado en el desempeño de la industria con un nivel de crecimiento bajo que está dentro del 1,5% anual, aquello implica que la industria hace todo lo posible con exportaciones del más del 50% a Colombia y el 7% a Venezuela. El resto va a Perú y a EEUU.

2.2.7. Situación actual de la empresa Servitextil Confecciones de la ciudad de Riobamba

La empresa Servitextil Confecciones de la ciudad de Riobamba, se encuentra ubicada en la Primera Constituyente 32-20 y Vargas Torres. Es una empresa centrada en la confección de uniformes deportivos desde hace más de 10 años, cuenta con una página de Facebook Servitextil Uniformes y una cuenta de Instagram servi_textilec, pero que en la actualidad estos medios sociales no son utilizados de manera adecuada ya que hay una gran inactividad en las mismas y proporcionan muy poca información de la empresa y de los productos que posee.

En la actualidad Servitextil Confecciones, ha ido incursionando en el mercado de manera progresiva y para ello ha tenido que evolucionar, innovar y ajustarse a las necesidades del consumidor, para seguir laborando frente a un mundo competitivo. Cabe destacar que el entorno económico y social se vuelve cada vez más complejo, ante lo cual es importante que las organizaciones puedan gestionar de manera eficiente sus actividades y mejorar su liderazgo en el mercado mediante el desarrollo de un modelo de gestión gerencial como herramienta para la ejecución de sus metas y objetivos.

Se identifica que Servitextil Confecciones presenta deficiencia en cuanto a gestión gerencial, aspecto que limita el cumplimiento de los objetivos organizacionales, además de no contar con un organigrama estructural, todo esto trayendo consigo la incapacidad de establecer metas futuras, realizar análisis adecuados o formular estrategias para su posterior

evaluación y control, provocando una desorganización laboral, lo que demuestra que la empresa Servitextil confecciones presenta múltiples dificultades poniendo en riesgo de permanencia en el mercado, de ahí radica la importancia de una gestión gerencial, que permita salir de procesos comunes hacia el éxito para un futuro promisorio.

“El liderazgo es un factor muy importante en el desarrollo empresarial, para ello es fundamental el trabajo conjunto sumado con el saber encaminarlos hacia el éxito para motivar a la cooperación común y su desenvolvimiento a lo máximo" (Gómez, 2002, págs. 61-77)

Es precisamente lo que se puede identificar en la empresa Servitextil Confecciones, esta presenta dificultades en posicionarse con mayor liderazgo en el mercado competitivo, para ello es importante principalmente sacar a relucir las ventajas competitivas y fortalezas que se tiene sobre los similares, lo que implica que esta empresa requiere un líder que guíe y oriente el rumbo de éxito de la empresa, para que motive a sus trabajadores para destacar y superarse a sí mismos permitiendo plantearse nuevos objetivos y vivir en una mejora continua tanto propia como empresarial.

“El liderazgo es el proceso de lograr influir sobre los demás con trabajo en equipo, con el propósito de que trabajen con entusiasmo en el logro de sus objetivos” (Davis, 2003). Implica entonces, que el don de influir positivamente en los demás en la toma de decisiones y de las actividades que realizar la empresa Servitextil Confecciones, porque la clave del éxito en su crecimiento y expansión está en saber guiar a los integrantes, liderar en la empresa con acciones motivadoras, democráticas y participativas desde los jefes para influir en sus trabajadores.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3. Fases de la metodología

Se basa en la aplicación de métodos de investigación como de técnicas e instrumentos específicos fundamentado en una población finita que permitió realizar su análisis interpretativo de la información, con el fin de tomar en cuenta aspectos relevantes en procura de buscar alternativas y parámetros de solución al problema identificado. La presente investigación se basa en datos cuantitativos con el propósito de facilitar la obtención de la información necesaria, misma que sirvió como principal insumo para el analizar e interpretar sus resultados y así determinar la gestión gerencial y el liderazgo de la empresa Servitextil Confecciones de la ciudad de Riobamba, datos que permitieron desarrollar un modelo de gestión gerencial eficiente. A continuación, se presenta las fases de la metodología utilizadas en la presente investigación.

- 1. Selección de Tipos de Investigación:** Se eligen tipos de investigación como no experimental, de campo y bibliográfica para abordar el estudio de gestión gerencial y liderazgo en "Servitextil Confecciones" de Riobamba.
- 2. Diseño de Investigación:** Se adoptan diseños descriptivos y explicativos para lograr una comprensión profunda de la gestión y liderazgo en la empresa.
- 3. Formulación de Hipótesis:** Se plantea una hipótesis sobre la incidencia de la gestión gerencial en el liderazgo de "Servitextil Confecciones" de Riobamba.
- 4. Determinación de Población y Muestra:** La población se define como el conjunto de trabajadores internos, trabajadores de almacén y maquiladores de la empresa, y se decide no obtener una muestra dada la población reducida.
- 5. Elección de Técnicas de Recolección de Datos:** Se opta por la aplicación de encuestas mediante cuestionarios para obtener información relevante sobre la gestión gerencial y liderazgo.
- 6. Selección de Métodos de Análisis:** Se utiliza el método científico, inductivo, deductivo e hipotético-deductivo para analizar la información recopilada y llegar a conclusiones.
- 7. Implementación de Técnicas de Procesamiento de Información:** Después de recabar la información mediante encuestas, se procede con el procesamiento de datos mediante tabulación y análisis cuantitativo con herramientas como Microsoft Excel.

- 8. Análisis y Discusión de Resultados:** Se fundamenta en los resultados de la encuesta aplicada al personal de la empresa para establecer comparaciones e interpretaciones, culminando con la formulación de conclusiones y recomendaciones.

3.1. Tipos de Investigación

La investigación se basó en una investigación no experimental, de campo y bibliográfico con la finalidad de identificar con mayor veracidad los hechos y fenómenos, tendientes a cumplir con el objetivo relacionado al análisis de la gestión gerencial y el liderazgo en la empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba.

- a. No experimental.** Se centra en la observación de los fenómenos dentro de un ambiente natural, sin que el investigador manipule las variables y sin alertar el objeto de investigación (Sampieri, 2014). El trabajo de investigación titulado la gestión gerencial y el liderazgo en la empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba no corresponde a una investigación experimental por lo contrario se observa el contexto y se analiza los datos de la encuesta para obtener una información.
- b. De campo.** Es una investigación de campo porque se ejecutó en el lugar de los hechos, en este caso se realizó en la empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba.
- c. Bibliografía documental.** Se utilizó una bibliografía especializada en base a textos, revistas indexadas con contenidos científicos, varios documentales de internet.

3.2. Diseño de Investigación

- a. Descriptivo.** “Es una investigación descriptiva porque el objeto de estudio se centre en un proceso de descripción y de una explicación de lo que se investiga según sus características, dimensiones y aspectos de importancia” (Boada, 2019). La investigación referente a la empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba se consideró dentro de un diseño descriptivo porque basado en la recolección de datos se realizó una descripción y análisis de los hechos y fenómenos.
- b. Investigación Explicativa.** “La investigación explicativa permite identificar hechos y fenómenos que no fueron estudiados antes con la finalidad de proporcionar detalles de acuerdo a la información recogida” (Burnett, 2016). La presente investigación permitió identificar las variables en función de su causa-efecto con la finalidad de analizar la

importancia y características de la empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba en base a la encuesta aplicada.

3.3. Hipótesis

Una hipótesis puede ser considerada como “una declaración tentativa que propone una relación entre dos o más variables financieras, y que se formula con el propósito de ser evaluada y probada mediante métodos de investigación.” (Gitman & Zutter, 2014)

La gestión gerencial incide en el liderazgo de la empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba.

Hi. - La gestión gerencial incide en liderazgo de la empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba.

Ho. - La gestión gerencial no incide en el liderazgo de la empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba.

3.4. Población de estudio y tamaño de muestra

3.4.1. Población

Es el conjunto finito o infinito de personas que intervienen en un proceso de investigación para obtener información objetiva para generar conclusiones (Palella & Martins, 2012, pág. 105). La población que interviene en la presente investigación corresponde al personal de trabajadores internos, trabajadores de almacén y maquiladores de la empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba.

Tabla 1. Tamaño poblacional de los colaboradores de la empresa

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Gerente	1	4%
Trabajadores internos	11	48%
Trabajadores de almacén	5	22%
Maquiladores	6	26%
Total	23	100%

Fuente: Servitextil Confecciones.

Elaborado por: Félix Suárez.

3.4.2. Muestra

La presente investigación al contar con una población pequeña no se estableció una muestra, es decir, para ello se tomó en cuenta a todos y cada uno de los empleados de la empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba.

3.5. Técnicas de recolección de Datos

3.5.1. Encuestas

Para conocer la problemática de la empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba se aplicó una encuesta de tipo cerrado con preguntas claras y precisas apoyado en la escala de Likert, con la finalidad de que los integrantes de la empresa expresen con sinceridad sus respuestas en procura de identificar las falencias existentes para establecer posibles soluciones dentro del modelo de gestión gerencial y del liderazgo empresarial.

3.5.2. Instrumentos

Cuestionario. El cuestionario es de tipo cerrado con el propósito de que los encuestados no tengan dificultades en contestar y que posteriormente se puedan tabular, analizar e interpretar los resultados.

3.6. Métodos de análisis, y procesamiento de datos

a. Método Científico

“El método científico se centra en el estudio de la ciencia en aspectos sociales, naturales y del pensamiento, con la finalidad de descubrir aspectos esenciales y sus relaciones internas” (Baca Urbina, 2018). Se centró en el método científico porque se fundamenta en el conocimiento mismo que aportó para identificar aspectos relevantes de la gestión gerencial y el liderazgo en una empresa.

b. Método Inductivo

“El método inductivo va de lo particular a lo general, para identificar información que va desde lo más sencillo a lo más complejo en procura de llegar a conclusiones generales” (Dávila, 2018). El método inductivo permitió identificar los hechos particulares que tienen

relación con la gestión gerencial para llegar al análisis del liderazgo empresarial y de manera específica de la la empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba.

c. Método Deductivo

“El método deductivo va de lo general a lo particular, con la finalidad de conocer hechos y fenómenos universales mediante un razonamiento claro y objetivo para identificar acciones particulares según los resultados alcanzados” (Dávila, 2018). El método deductivo permitió identificar fundamentos relevantes del liderazgo empresarial de la la empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba para orientar al mejoramiento de aspectos particulares para su desarrollo frente a la competitividad.

d. Método hipotético - deductivo

Se empleó el método hipotético - deductivo, para determinar la gestión gerencial en el liderazgo de la empresa Servitextil Confecciones de la ciudad de Riobamba, para ello se parte desde una hipótesis para posteriormente comprender la problemática desde lo general a lo particular, con el fin de explicar las causas que lo generan, teniendo esto su inicio en la observación de la problemática a estudiar, deducción del grado de incidencia de la gestión gerencial en el liderazgo.

3.7. Técnicas de procesamiento de la información

Una vez recabada la información necesaria a través de la encuesta se procedió con el procesamiento de datos, tabulación y análisis cuantitativo, para ello se utilizó cuadros y gráficos estadísticos. Se utilizó las herramientas de la hoja de cálculo de Microsoft Excel.

3.8. Análisis y discusión de resultados

A continuación, se procedió a realizar el análisis y la discusión de los resultados de la información procesada y compilada mediante la implementación del cuestionario de encuesta de tal manera que se establezcan comparaciones e interpretaciones que expliquen el objeto de investigación para finalmente llegar a las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Encuesta aplicada al personal de la empresa Servitextil confecciones

1. ¿La gestión gerencial en la empresa Servitextil Confecciones es respaldada por un liderazgo efectivo donde la gerente es una persona razonable y comunicativa?

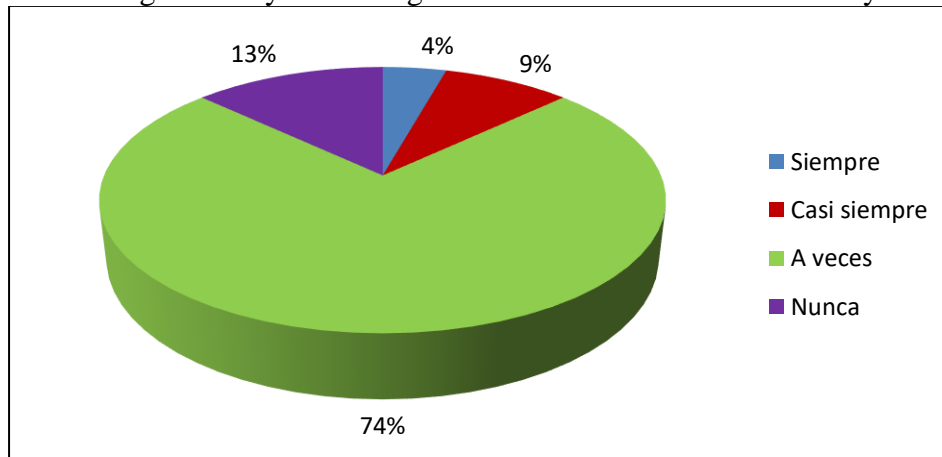
Tabla 2: Gestión gerencial y el liderazgo en relación con la razonabilidad y comunicación

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	1	4%
Casi siempre	2	9%
A veces	17	74%
Nunca	3	13%
TOTAL	23	100%

Fuente: Personal de Servitextil Confecciones

Elaborado por: Félix Suárez

Figura 1: Gestión gerencial y el liderazgo en relación con la razonabilidad y comunicación



Fuente: Personal de Servitextil Confecciones

Elaborado por: Félix Suárez

Análisis e interpretación

El 4% de encuestados manifiestan que siempre la gestión gerencial en la empresa Servitextil Confecciones es respaldada por un liderazgo efectivo donde la gerente es una persona razonable y comunicativa, el 9% casi siempre, el 74% dicen a veces y por último el 13% manifiesta que nunca. Implica entonces que la comunicación y razonabilidad en un gerente influirían positivamente en alcanzar una eficiente gestión gerencial en procura de fortalecer el liderazgo, situación la cual no es el caso de Servitextil Confecciones de la ciudad de Riobamba al alejarse de este pensamiento y no llevarlo a cabo.

2. ¿La gestión gerencial en Servitextil Confecciones fomenta el liderazgo a través de orientaciones y estrategias para el desarrollo empresarial?

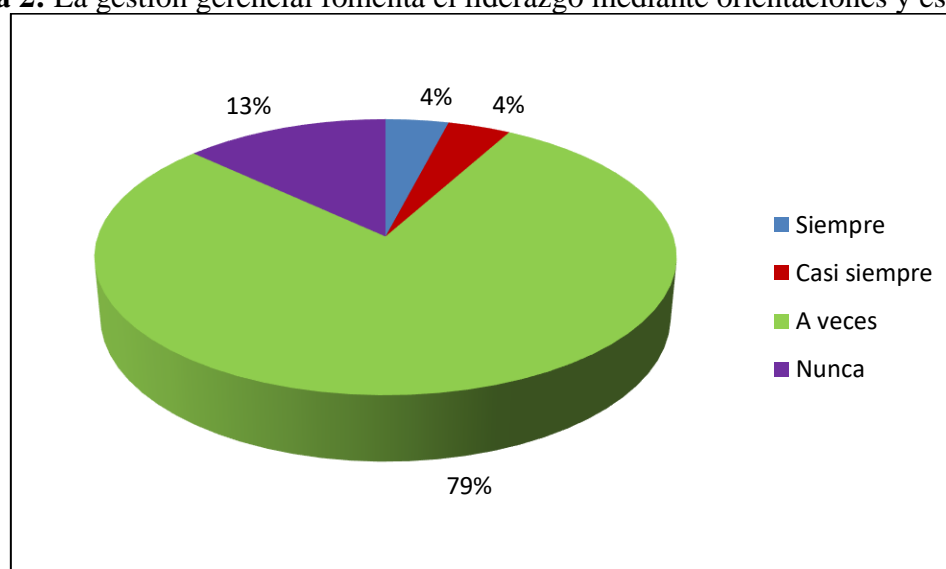
Tabla 3: La gestión gerencial fomenta el liderazgo mediante orientaciones y estrategias

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	1	4%
Casi siempre	1	4%
A veces	18	78%
Nunca	3	13%
TOTAL	23	100%

Fuente: Personal de Servitextil Confecciones

Elaborado por: Félix Suárez

Figura 2: La gestión gerencial fomenta el liderazgo mediante orientaciones y estrategias



Fuente: Personal de Servitextil Confecciones

Elaborado por: Félix Suárez

Análisis e interpretación

El 4% de encuestados consideran que la gestión gerencial en Servitextil Confecciones fomenta el liderazgo a través de orientaciones y estrategias para el desarrollo empresarial, otro 4% dicen casi siempre, el 79% expresaron que a veces y por último el 13% dicen que nunca se da el caso. Uno de los factores importantes dentro de la gestión gerencial es precisamente dar orientaciones adecuadas y precisas al personal que labora en la organización, acciones que Servitextil Confecciones no ha llevado a cabo adecuadamente impidiéndole desarrollar estrategias innovadoras que encaminen al desarrollo de la empresa.

3. ¿Qué tan positiva es la gestión gerencial cuando recibe sugerencia de los trabajadores y forman equipos de trabajo?

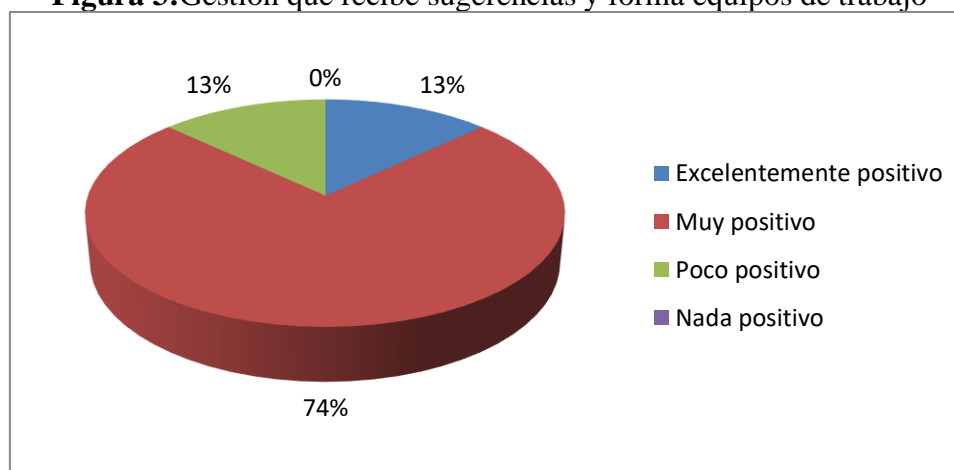
Tabla 4: Gestión que recibe sugerencias y forma equipos de trabajo

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelentemente positivo	3	13%
Muy positivo	17	74%
Poco positivo	3	13%
Nada positivo	0	0%
TOTAL	23	100%

Fuente: Personal de Servitextil Confecciones

Elaborado por: Félix Suárez

Figura 3: Gestión que recibe sugerencias y forma equipos de trabajo



Fuente: Personal de Servitextil Confecciones

Elaborado por: Félix Suárez

Análisis e interpretación

Los encuestados en un 74% expresan que es muy positivo que la gestión gerencial reciba sugerencia de los trabajadores y a su vez formen equipos de trabajo, el 13% manifiestan que es excelentemente positivo y el otro 13% dicen que es poco positivo. Se puede determinar que un líder democrático, integrado y participativo con los empleados y trabajadores debe aprender a escuchar las críticas constructivistas en virtud de que desde abajo pueden generarse criterios o ideas positivas que aporten al desarrollo de la empresa, más aún cuando se forman equipos de trabajo implica que se desenvuelven de manera solidaria y activa.

4. ¿Las expectativas de la líder son objetivas y reciben el apoyo del personal de la empresa?

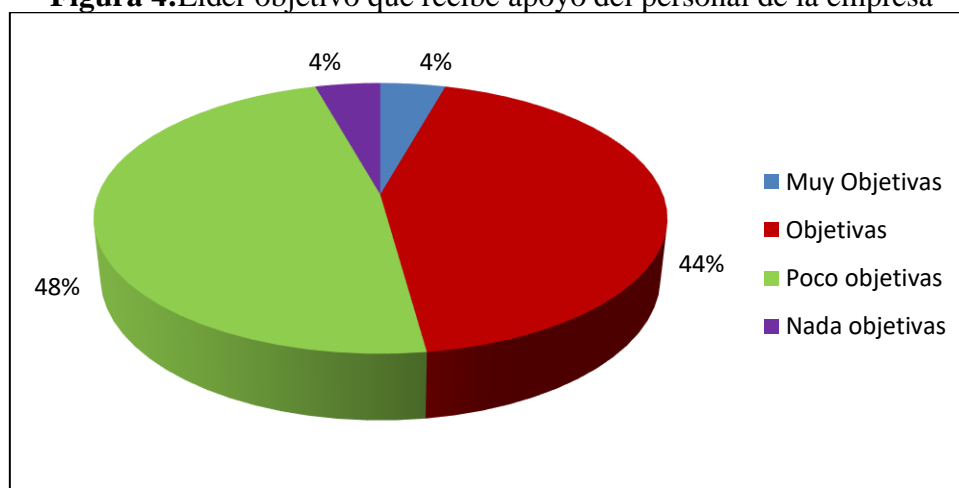
Tabla 5: Líder objetivo que recibe apoyo del personal de la empresa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Objetivas	1	4%
Objetivas	10	43%
Poco objetivas	11	48%
Nada objetivas	1	4%
TOTAL	23	100%

Fuente: Personal de Servitextil Confecciones

Elaborado por: Félix Suárez

Figura 4: Líder objetivo que recibe apoyo del personal de la empresa



Fuente: Personal de Servitextil Confecciones

Elaborado por: Félix Suárez

Análisis e interpretación

El 4% de personas encuestadas expresan que es muy objetivo que la líder debe tener presente todas sus expectativas más aun cuando reciben el apoyo del personal de la empresa, en cambio el 44% dicen que es objetivo, el 48% poco objetivo y el 4% nada objetivo. Un buen líder debe tener en mente una serie de expectativas que conlleven al engrandecimiento empresarial, pero así también es importante el carisma y el acercamiento de respeto y consideración al personal para que pueda ser retribuido el apoyo incondicional de parte de todos sus trabajadores, Servitextil Confecciones se mantiene en un punto bastante delicado al contar con mayor porcentaje que las expectativas sean consideradas poco objetivas por la mayor parte de trabajadores aunque la brecha sea corta.

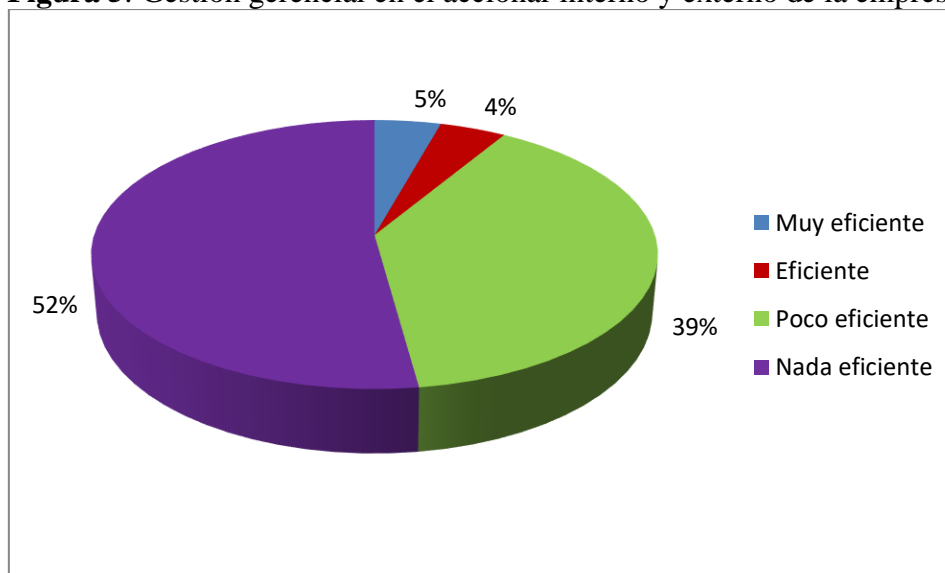
5. ¿Qué tan eficiente es la gestión gerencial en el accionar interno y externo de la empresa Servitextil Confecciones?

Tabla 6: Gestión gerencial en el accionar interno y externo de la empresa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy eficiente	0	0%
Eficiente	3	13%
Poco eficiente	18	78%
Nada eficiente	2	9%
TOTAL	23	100%

Fuente: Personal de Servitextil Confecciones
Elaborado por: Félix Suárez

Figura 5: Gestion gerencial en el accionar interno y externo de la empresa



Fuente: Personal de Servitextil Confecciones
Elaborado por: Félix Suárez

Análisis e interpretación

El 57% de encuestados expresan que debe ser muy eficiente la gestión gerencial en el accionar interno y externo de la empresa, en cambio 30% que es poco eficiente y el 13% que no es nada eficiente. Con la finalidad de ir progresivamente una empresa ganando liderazgo y prestigio debe desarrollar una gestión gerencial eficiente tanto a nivel interno como externo y en este caso se evidencia que la empresa Servitextil Confecciones está en un nivel aceptable pero que en todo caso debe buscar nuevas estrategias administrativas para vencer las dificultades de competitividad.

6. ¿En Servitextil confecciones con el fin de mejorar la gestión gerencial y liderazgo la líder maneja elementos de motivación e incentivos a los trabajadores?

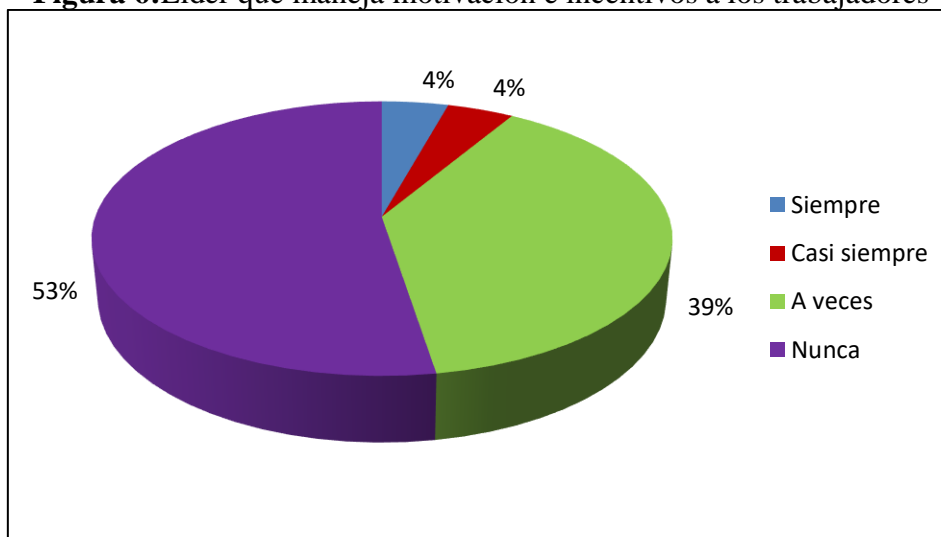
Tabla 7:Líder que maneja motivación e incentivos a los trabajadores

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	1	4%
Casi siempre	1	4%
A veces	9	39%
Nunca	12	52%
TOTAL	23	100%

Fuente: Personal de Servitextil Confecciones

Elaborado por: Félix Suárez

Figura 6:Líder que maneja motivación e incentivos a los trabajadores



Fuente: Personal de Servitextil Confecciones

Elaborado por: Félix Suárez

Análisis e interpretación

El 53% de encuestado manifiestan que la líder nunca maneja elementos de motivación e incentivos a los trabajadores, el 39% a veces, el 4% casi siempre y el último 4% afirma que siempre. Uno de los elementos básico en el accionar de un líder es precisamente sabe motivar a los demás en su trabajo y desenvolvimiento para elevarles la autoestima, en este sentido, la empresa no demuestra no generar políticas adecuadas de incentivos a sus trabajadores, sea esto en medios económicos o en reconocimiento a su labor, aspecto que garantizaría el buen desenvolvimiento de sus trabajadores.

7. ¿La gestión gerencial en la empresa Servitextil Confecciones permite la realización de planificación con objetivos y metas para largo plazo para fortalecer el liderazgo?

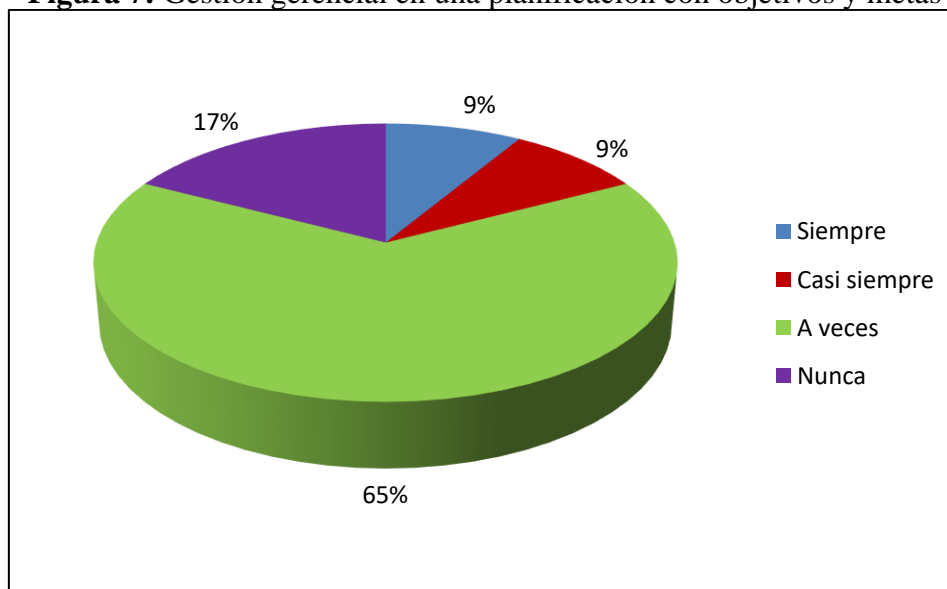
Tabla 8: Gestión gerencial en una planificación con objetivos y metas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	2	9%
Casi siempre	2	9%
A veces	15	65%
Nunca	4	17%
TOTAL	23	100%

Fuente: Personal de Servitextil Confecciones

Elaborado por: Félix Suárez

Figura 7: Gestión gerencial en una planificación con objetivos y metas



Fuente: Personal de Servitextil Confecciones

Elaborado por: Félix Suárez

Análisis e interpretación

La encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Servitextil Confecciones se determina que 65% considera que su empresa a veces posee una planificación con objetivos y metas para largo plazo, el 17% dicen nunca, el 9% casi siempre y el último 9% siempre. Toda empresa debe poseer una planificación en donde tenga establecido una misión y visión, así como de objetivos y metas institucional con la finalidad de poseer un liderazgo a nivel competitivo, no siendo el caso de Servitextil Confecciones puesto que mayormente se coincide en la poca frecuencia de llevarlo a cabo.

8. ¿Todos los empleados de la empresa "Servitextil Confecciones" cuentan con conocimientos de liderazgo empresarial?

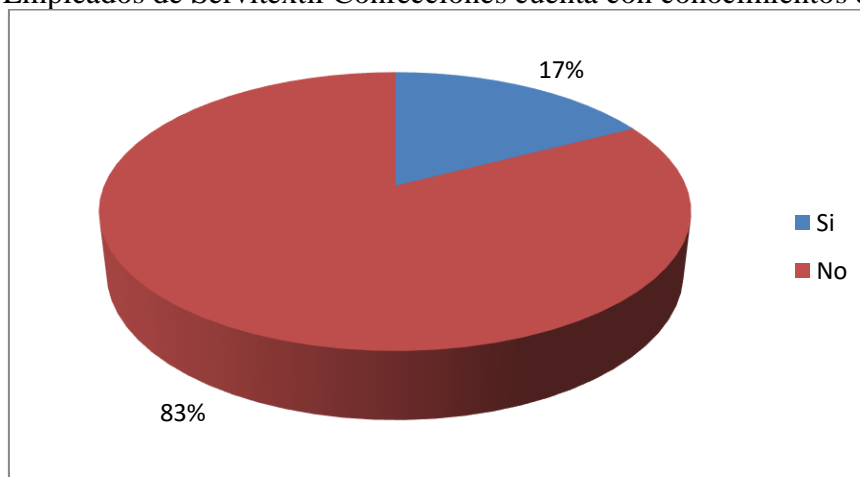
Tabla 9: Empleados de Servitextil Confecciones cuenta con conocimientos de liderazgo

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	4	17%
No	19	83%
TOTAL	23	100%

Fuente: Personal de Servitextil Confecciones

Elaborado por: Félix Suárez

Figura 8: Empleados de Servitextil Confecciones cuenta con conocimientos de liderazgo



Fuente: Personal de Servitextil Confecciones

Elaborado por: Félix Suárez

Análisis e interpretación

El 83% de encuestados manifiestan que los empleados de la empresa "Servitextil Confecciones" no cuentan con conocimientos de liderazgo empresarial dentro del desempeño de sus actividades y el 17% dicen que sí. Es importante que el líder empresarial debe desarrollar una serie de eventos de capacitación con la finalidad de que vayan teniendo conocimiento en temas empresarial, pero sobre todo en la rama y habilidad en el que se desenvuelve con la finalidad de que trabajen con eficiencia y calidad para el engrandecimiento de la empresa.

9. ¿El personal de trabajo de "Servitextil Confecciones" conocen la visión de la empresa?

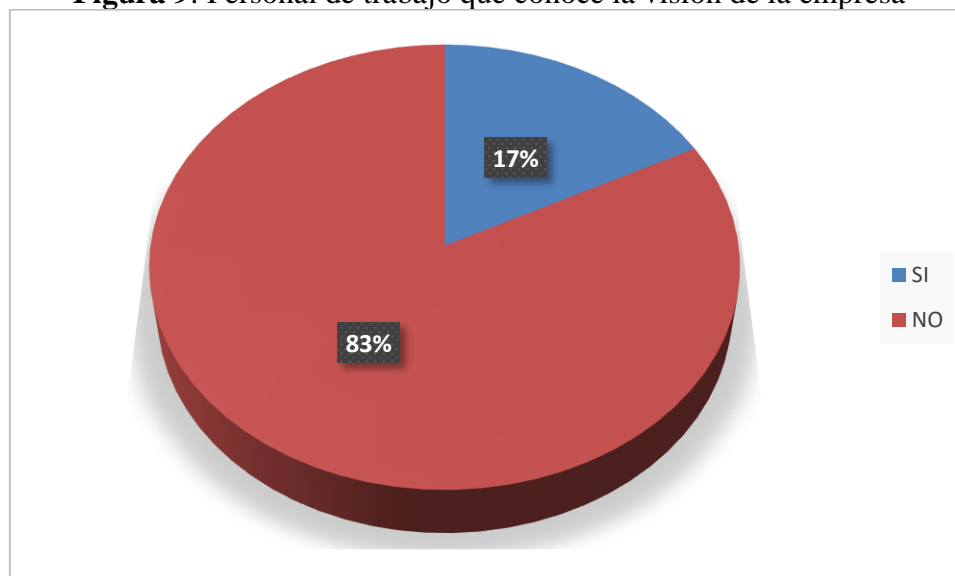
Tabla 10: Personal de trabajo que conoce la visión de la empresa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	4	17%
No	19	83%
TOTAL	23	100%

Fuente: Personal de Servitextil Confecciones

Elaborado por: Félix Suárez

Figura 9: Personal de trabajo que conoce la visión de la empresa



Fuente: Personal de Servitextil Confecciones

Elaborado por: Félix Suárez

Análisis e interpretación

El 83% de encuestados expresan que el personal de trabajo de "Servitextil Confecciones" no conocen la visión de la empresa y el 17% si conocen. Dentro de la gestión empresarial debe estar establecidas la misión y visión empresarial, pero no para que quede en documentos archivados sino para que sea masificado a todo el personal, inclusive pueden poner en una cartelera al público para que conozcan de cuáles son sus objetivos, metas y sueños de futuro para el engrandecimiento empresarial.

10. ¿La gestión gerencial en Servitextil Confecciones permite plantear eficientes estrategias de mercadeo para impulsar su liderazgo?

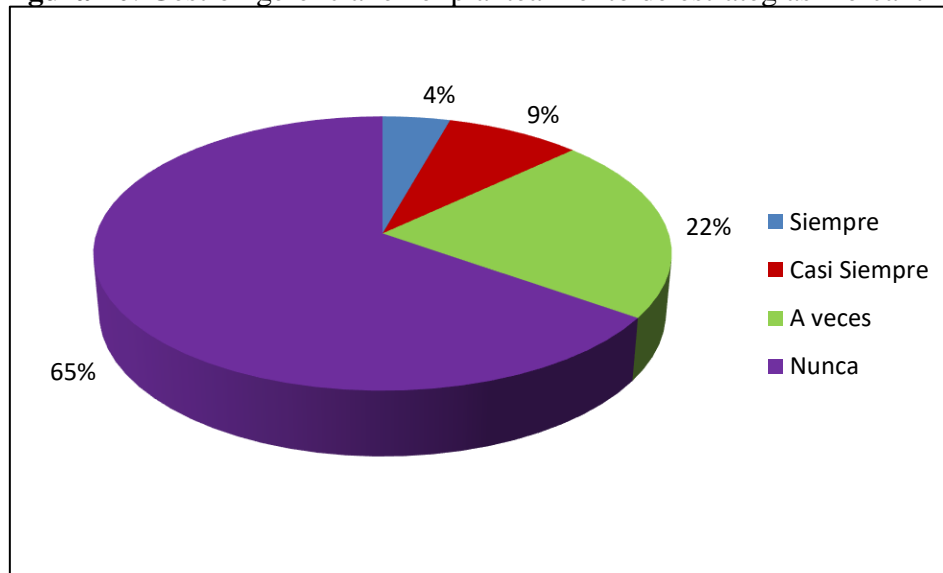
Tabla 11: Gestión gerencial en el planteamiento de estrategias mercantiles

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	1	4%
Casi Siempre	2	9%
A veces	5	22%
Nunca	15	65%
TOTAL	23	100%

Fuente: Personal de Servitextil Confecciones

Elaborado por: Félix Suárez

Figura 10: Gestión gerencial en el planteamiento de estrategias mercantiles



Fuente: Personal de Servitextil Confecciones

Elaborado por: Félix Suárez

Análisis e interpretación

El 4% manifiesta que la gestión gerencial en Servitextil Confecciones siempre permite plantear eficientes estrategias de mercadeo para impulsar su liderazgo, el 9% casi siempre, el 22% dice a veces y el 65% coinciden que nunca se da el caso. De hecho, el plantear estrategias de mercadeo impulsan el desarrollo y liderazgo de una empresa, siendo este el caso contrario de Servitextil Confecciones empresa la cual debe realizar estas acciones con el fin generando una serie de estrategias que permitan ir alcanzar progresivamente cada uno de sus objetivos y plantarse con liderazgo en el mercado.

11. ¿Conoce usted de la existencia de un organigrama estructural de la empresa?

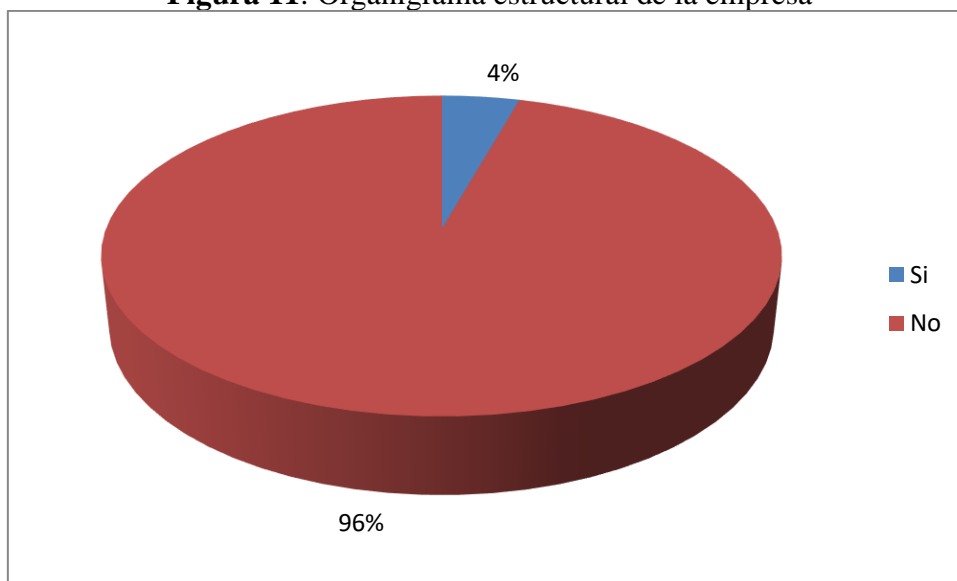
Tabla 12: Organigrama estructural de la empresa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	1	4%
No	22	96%
TOTAL	23	100%

Fuente: Personal de Servitextil Confecciones

Elaborado por: Félix Suárez

Figura 11: Organigrama estructural de la empresa



Fuente: Personal de Servitextil Confecciones

Elaborado por: Félix Suárez

Análisis e interpretación

El 96% de encuestados manifiestan que no conocen acerca de la existencia de un organigrama estructural de la empresa en tanto que el 4% dicen que si. Dentro de la organización institucional es importante la determinación de un organigrama estructural, pero no para tener únicamente dibujando y ubicado dentro de un cartel, sino que la clave está en saber aplicar y encajarse cada uno de los empleados en su rol que debe cumplir.

12. ¿La empresa "Servitextil Confecciones" promueve un liderazgo que motive la innovación y agilidad mediante la gestión gerencial?

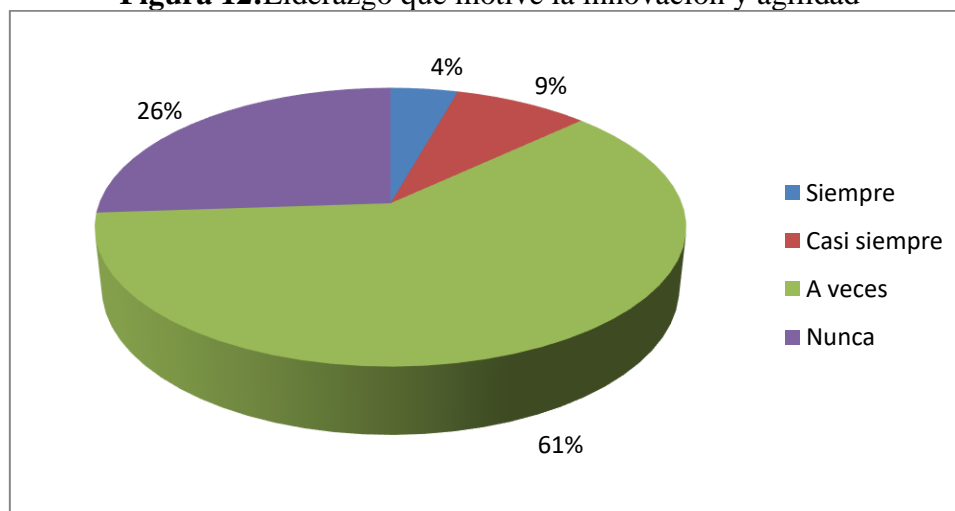
Tabla 13:Liderazgo que motive la innovación y agilidad

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	1	4%
Casi siempre	2	9%
A veces	14	61%
Nunca	6	26%
TOTAL	23	100%

Fuente: Personal de Servitextil Confecciones

Elaborado por: Félix Suárez

Figura 12:Liderazgo que motive la innovación y agilidad



Fuente: Personal de Servitextil Confecciones

Elaborado por: Félix Suárez

Análisis e interpretación

El 61% de encuestados manifiestan que en la empresa "Servitextil Confecciones" a veces promueven un liderazgo gerencial que motive la innovación y agilidad, en cambio el 26% nunca, el 9% casi siempre y el 4% siempre. Se identifica que en realidad no se promueve de buena manera ese liderazgo empresarial y peor que motive la innovación y agilidad en el desenvolvimiento de los trabajadores, ante lo cual es importante empezar por la capacitación al líder para que genere estrategias de gestión gerencial con la finalidad de alcanzar un buen liderazgo frente a la competitividad.

13. ¿La empresa "Servitextil Confecciones" promueve la competitividad por medio estrategias de gestión gerencial y el liderazgo a través de la difusión por diferentes medios de comunicación o redes sociales?

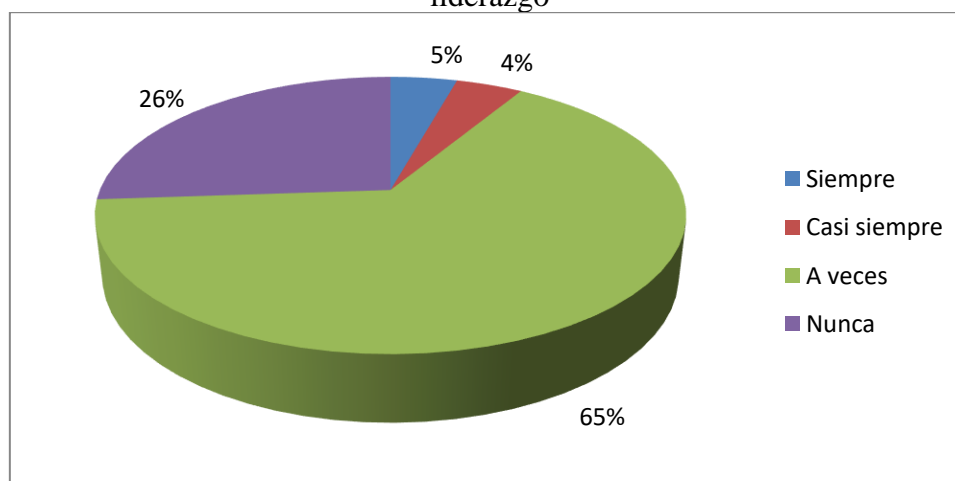
Tabla 14: Estrategias para competitividad y difusión a travez de gestión gerencial y liderazgo

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	1	5%
Casi siempre	1	4%
A veces	15	65%
Nunca	6	26%
TOTAL	23	100%

Fuente: Personal de Servitextil Confecciones

Elaborado por: Félix Suárez

Figura 13: Estrategias para competitividad y difusión a travez de gestión gerencial y liderazgo



Fuente: Personal de Servitextil Confecciones

Elaborado por: Félix Suárez

Análisis e interpretación

El 65% de encuestados manifiestan que a veces se promueve la competitividad a través de difusiones por diferentes medios de comunicación o redes sociales, en cambio el 26% dicen nunca, el 5% que siempre y el 4% casi siempre. La realización de varias acciones de difusión empresarial es uno de los factores de gran importancia, más aún ahora que existen nuevas alternativas tecnológicas como son las redes sociales se debe aprovechar para buscar empresas especializadas en marketing con la finalidad de que se pueda dar a conocer sus productos y servicios al público en general con la finalidad de ir venciendo dificultades frente a la competitividad.

COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Hi. - La gestión gerencial incide en el liderazgo de la empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba.

Ho. - La gestión gerencial no incide en el liderazgo de la empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba.

a. Modelo estadístico

$$\chi_c^2 = \sum \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

b. Simbología

χ_c^2 = “Chi” cuadrado calculado

f_o = frecuencia observada

χ_t^2 = “Chi” cuadrado tabulado

f_e = frecuencia esperada

Σ = Sumatoria

α = nivel de significación

IC = intervalo de confianza

GL=grados de libertad

c. Nivel de significación

$\alpha = 0.05$

IC= 95%

d. Zona de rechazo

- ¿La gestión gerencial en la empresa Servitextil Confecciones es respaldada por un liderazgo efectivo donde la gerente es una persona razonable y comunicativa?
- ¿La gestión gerencial en Servitextil Confecciones fomenta el liderazgo a través de orientaciones y estrategias para el desarrollo empresarial?
- ¿En Servitextil confecciones con el fin de mejorar la gestión gerencial y liderazgo la líder maneja elementos de motivación e incentivos a los trabajadores?
- ¿La gestión gerencial en la empresa Servitextil Confecciones permite la realización de planificación con objetivos y metas para largo plazo para fortalecer el liderazgo?
- ¿La gestión gerencial en Servitextil Confecciones permite plantear eficientes estrategias de mercadeo para impulsar su liderazgo?
- ¿La empresa "Servitextil Confecciones" promueve un liderazgo que motive la innovación y agilidad mediante la gestión gerencial?

Columnas 4, Filas 6

GL= (Columnas-1) (Filas-1)

GL= (4-1) (6-1)

GL= (3) (5)

GL= 15 grados de libertad

$$\chi_i^2 = 24,9958$$

a. Tabla de valores observados y esperados

Tabla 15: Gestión gerencial en el desarrollo y crecimiento de la empresa Sevitextil Confecciones

OBSERVACIÓN	Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca	TOTAL
Gestión gerencial y el liderazgo en relación con la razonabilidad y comunicación	1,17 1	1,66 2	13 17	7,17 3	23
La gestión gerencial fomenta el liderazgo mediante orientaciones y estrategias	1,17 1	1,66 1	13 18	7,17 3	23
Líder que maneja motivación e incentivos a los trabajadores	1,17 1	1,66 1	13 9	7,17 12	23
Gestión gerencial en una planificación con objetivos y metas	1,17 2	1,66 2	13 15	7,17 4	23
Gestión gerencial en el planteamiento de estrategias mercantiles para su liderazgo	1,17 1	1,66 2	13 5	7,17 15	23
Servitextil promueve un liderazgo que motive la innovación	1,17 1	1,66 2	13 14	7,17 6	23
TOTAL	7	10	78	43	138

Datos de la investigación de campo (elaborado por el autor)

a. Cálculo de frecuencias esperadas

$$E_{ij} = \frac{(n_i)(m_j)}{N}$$

$$E_{11} = \frac{(n_1)(m_1)}{n} = \frac{(23)(7)}{138} = 1,17$$

$$E_{12} = \frac{(n_1)(m_2)}{n} = \frac{(23)(10)}{138} = 1,66$$

$$E_{13} = \frac{\dots}{n} = \frac{\dots}{138} = 13$$

$$E_{13} = \frac{(n_1)(m_4)}{n} = \frac{(23)(43)}{138} = 7,17$$

Cálculo de X^2

Tabla 16: Datos para encontrar el chi-cuadrado calculado

<i>fo</i>	<i>fe</i>	<i>(fo - fe)</i>	<i>(fo - fe)²</i>	<i>(fo - fe)² / fe</i>
1	1,17	-0,17	0,03	0,02
2	1,66	0,34	0,12	0,07
17	13,00	4,00	16,00	1,23
3	7,17	-4,17	17,39	2,43
1	1,17	-0,17	0,03	0,02
1	1,66	-0,66	0,44	0,26
18	13,00	5,00	25,00	1,92
3	7,17	-4,17	17,39	2,43
1	1,17	-0,17	0,03	0,02
1	1,66	-0,66	0,44	0,26
9	13,00	-4,00	16,00	1,23
12	7,17	4,83	23,33	3,25
2	1,17	0,83	0,69	0,59
2	1,66	0,34	0,12	0,07
15	13,00	2,00	4,00	0,31
4	7,17	-3,17	10,05	1,40
1	1,17	-0,17	0,03	0,02
2	1,66	0,34	0,12	0,07
5	13,00	-8,00	64,00	4,92
15	7,17	7,83	61,31	8,55
1	1,17	-0,17	0,03	0,02
2	1,66	0,34	0,12	0,07
14	13,00	1,00	1,00	0,08
6	7,17	-1,17	1,37	0,19
Σ				29,46

Datos obtenidos de la tabla 15 (Elaborado por el autor)

$$X^2_{cal} = 29,46$$

e. Cálculo de X^2 tabulado

$$gl = 15$$

$$\alpha = 0,05$$

Nivel de confianza = 95%

$$X^2_{\text{tab}} = 24,9958$$

f. Regla de decisión

$$X^2_{\text{cal}} = 29,46$$

$$X^2_{\text{tab}} = 24,9958$$

$$X^2_{\text{cal}} 29,46 > X^2_{\text{tab}} 24,9958$$

$$29,46 > 24,9958$$

Decisión

Con los datos obtenidos en la comprobación de hipótesis de Chi-cuadrado se determina que $X^2_c = 29,46$ es mayor a $X^2_t = 24,9958$, por lo tanto, X^2_c se ubica en la zona de aceptación de la hipótesis alterna H_i , que dice: La gestión gerencial incide en el liderazgo de la empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba.

Figura 14: Distribución Chi Cuadrado X2

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1	0,15	0,2	0,25	0,3	0,35	0,4	0,45	0,5
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2,7055	2,0722	1,6424	1,3233	1,0742	0,8735	0,7083	0,5707	0,4549
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4,6052	3,7942	3,2189	2,7726	2,4079	2,0996	1,8326	1,5970	1,3863
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6,2514	5,3170	4,6416	4,1083	3,6649	3,2831	2,9462	2,6430	2,3660
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877	7,7794	6,7449	5,9886	5,3853	4,8784	4,4377	4,0446	3,6871	3,3567
5	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	11,0705	9,2363	8,1152	7,2893	6,6257	6,0644	5,5731	5,1319	4,7278	4,3515
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916	10,6446	9,4461	8,5581	7,8408	7,2311	6,6948	6,2108	5,7652	5,3481
7	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	14,0671	12,0170	10,7479	9,8032	9,0371	8,3834	7,8061	7,2832	6,8000	6,3458
8	26,1239	23,7742	21,9549	20,0902	17,5345	15,5073	13,3616	12,0271	11,0301	10,2189	9,5245	8,9094	8,3505	7,8325	7,3441
9	27,8767	25,4625	23,5893	21,6660	19,0228	16,9190	14,6837	13,2880	12,2421	11,3887	10,6564	10,0060	9,4136	8,8632	8,3428
10	29,5879	27,1119	25,1881	23,2093	20,4832	18,3070	15,9872	14,5339	13,4420	12,5489	11,7807	11,0971	10,4732	9,8922	9,3418
11	31,2635	28,7291	26,7569	24,7250	21,9200	19,6752	17,2750	15,7671	14,6314	13,7007	12,8987	12,1836	11,5298	10,9199	10,3410
12	32,9092	30,3182	28,2997	26,2170	23,3367	21,0261	18,5493	16,9893	15,8120	14,8454	14,0111	13,2661	12,5838	11,9463	11,3403
13	34,5274	31,8830	29,8193	27,6882	24,7356	22,3620	19,8119	18,2020	16,9848	15,9839	15,1187	14,3451	13,6356	12,9717	12,3398
14	36,1239	33,4262	31,3194	29,1412	26,1189	23,6848	21,0641	19,4062	18,1508	17,1169	16,2221	15,4209	14,6853	13,9961	13,3393
15	37,6978	34,9494	32,8015	30,5780	27,4884	24,9958	22,3071	20,6030	19,3107	18,2451	17,3217	16,4940	15,7332	15,0197	14,3389
16	39,2518	36,4555	34,2671	31,9999	28,8453	26,2962	23,5418	21,7931	20,4651	19,3689	18,4179	17,5646	16,7795	16,0425	15,3385
17	40,7911	37,9462	35,7184	33,4087	30,1910	27,5871	24,7690	22,9770	21,6146	20,4887	19,5110	18,6330	17,8244	17,0646	16,3382
18	42,3119	39,4220	37,1564	34,8052	31,5264	28,8693	25,9894	24,1555	22,7595	21,6049	20,6014	19,6993	18,8679	18,0860	17,3379
19	43,8194	40,8847	38,5821	36,1908	32,8523	30,1435	27,2036	25,3289	23,9004	22,7178	21,6891	20,7638	19,9102	19,1069	18,3376
20	45,3142	42,3358	39,9969	37,5663	34,1696	31,4104	28,4120	26,4976	25,0375	23,8277	22,7745	21,8265	20,9514	20,1272	19,3374
21	46,7963	43,7749	41,4009	38,9322	35,4789	32,6706	29,6151	27,6620	26,1711	24,9348	23,8578	22,8876	21,9915	21,1470	20,3372
22	48,2676	45,2041	42,7957	40,2894	36,7807	33,9245	30,8133	28,8224	27,3015	26,0393	24,9390	23,9473	23,0307	22,1663	21,3370
23	49,7276	46,6231	44,1814	41,6383	38,0756	35,1725	32,0069	29,9792	28,4288	27,1413	26,0184	25,0055	24,0689	23,1852	22,3369
24	51,1790	48,0336	45,5584	42,9798	39,3641	36,4150	33,1962	31,1325	29,5533	28,2412	27,0960	26,0625	25,1064	24,2037	23,3367
25	52,6187	49,4351	46,9280	44,3140	40,6465	37,6525	34,3816	32,2825	30,6752	29,3388	28,1719	27,1183	26,1430	25,2218	24,3366
26	54,0511	50,8291	48,2898	45,6416	41,9231	38,8851	35,5632	33,4295	31,7946	30,4346	29,2463	28,1730	27,1789	26,2395	25,3365
27	55,4751	52,2152	49,6450	46,9628	43,1945	40,1133	36,7412	34,5736	32,9117	31,5284	30,3193	29,2266	28,2141	27,2569	26,3363
28	56,8918	53,5939	50,9936	48,2782	44,4608	41,3372	37,9159	35,7150	34,0266	32,6205	31,3909	30,2791	29,2486	28,2740	27,3362
29	58,3006	54,9662	52,3355	49,5878	45,7223	42,5569	39,0875	36,8538	35,1394	33,7109	32,4612	31,3308	30,2825	29,2908	28,3361

Fuente: (Laboratorio de Radiación, Facultad de Ciencias, Universidad de la República, Uruguay, s.f.)

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- De acuerdo al diagnóstico realizado a la Empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba en lo referente a la Gestión Gerencial, se determina que existen falencias en la estructura organizacional, situación que conlleva a no tener definido un líder o gerente de la empresa para que sea esta persona quien genere alternativas innovadoras de desarrollo empresarial a través de la comunicación directa y de establecer un diálogo permanente para recibir sugerencias de los trabajadores para que posteriormente proporcione orientaciones profesionales con la aplicación de nuevas estrategias técnicas y prácticas.
- Respecto a los elementos que fortalecen el desarrollo y liderazgo en el mercado competitivo de la Empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba se evidencia que no cuentan con un plan de desarrollo empresarial en donde se enfoque la misión, visión que conlleve establecer objetivos y metas a largo plazo para el mejoramiento del servicio y rentabilidad a través del trabajo en equipo, la motivación e incentivos, la innovación técnica y práctica y la difusión a través de diversos medios en procura de vencer dificultades frente a la competitividad.
- Tras analizar la situación actual de la gestión gerencial y caracterizar las fortalezas del liderazgo en la Empresa “Servitextil Confecciones”, se destaca la necesidad imperante de implementar estrategias que impulsen de manera integral el progreso del liderazgo. La falta de una estructura organizacional clara y la ausencia de un líder definido han sido identificadas como limitantes para el crecimiento y la competitividad de la organización.

5.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda al personal responsable de la Empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba que partan de la estructura organizacional para identificar los niveles funcionales y de responsabilidad, con la finalidad de desarrollar un gestión gerencial positiva, para ello debe partir de la asignación de un profesional que posea experiencia y con iniciativas innovadoras, por otro lado debe tener las cualidades de ser democrático, comunicativo y con un diálogo de respeto en procura de saber escuchar a todo el personal, porque de hecho se van a generar sugerencias positivas de sus trabajadores y aquello es importante para tomar decisiones valederas encaminadas a proporcionar orientaciones y estrategias de desarrollo empresarial.
- Es importante recomendar a los responsables de la Empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba que tomen en consideración una serie de elementos que permitan fortalecer el desarrollo y liderazgo en el mercado competitivo, para ello debe partir de la elaboración de una plan de desarrollo empresarial con un enfoque claro y sencillo de la misión y visión estableciendo de forma precisa los objetivos y metas a largo plazo, mismos que encaminen al mejoramiento del servicio y rentabilidad para ello debe partir del trabajo en equipo, la motivación permanente, la aplicación de incentivos, la innovación técnica y práctica y la difusión a través de diversos medios de comunicación y redes sociales para conocimiento del público en general.
- Se recomienda de manera enfática que la Empresa “Servitextil Confecciones” adopte un enfoque proactivo para fortalecer su liderazgo mediante la gestión gerencial, impulsado por las habilidades comunicativas de la gerencia, manteniendo un punto de vista democrático y fomentando el diálogo respetuoso con todo el personal; el desarrollo de una estructura organizacional sólida; y la implementación de un plan de desarrollo empresarial eficiente.

PROPUESTA

1. CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS

FICHA DE PROCESOS		
SERVITEXTIL CONFECCIONES		
Objeto	Desarrollar procesos administrativos con eficiencia mediante la planificación, utilizando adecuadamente los recursos humanos, financieros y materiales para alcanzar el liderazgo empresarial.	
Responsables	Sra. Lilian Janeth Manya Auquilla	
Alcance	Inicio	Desde un enfoque global de organización, planificación y fortalecimiento del personal
	Final	Hasta el desarrollo de programas que fortalezcan la categorización finanzas, contabilidad y personales tendientes a mejorar la competencia empresarial.
Elementos de entrada	<p>Materia prima:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Telas: <ul style="list-style-type: none"> • Algodón • Poliéster • Nylon • Spandex / Elastano 2. Hilos: <ul style="list-style-type: none"> • De algodón • De poliéster • De nylon 3. Cintas y ribetes: <ul style="list-style-type: none"> • Cintas de algodón • Cintas de poliéster • Cintas reflectantes • Ribetes decorativos 4. Cierres y botones: <ul style="list-style-type: none"> • Cierres de cremallera • Cierres de velcro • Botones de diferentes tamaños y estilos 5. Etiquetas: <ul style="list-style-type: none"> • Etiquetas de composición • Etiquetas de marca y tamaño 6. Estampados y bordados: <ul style="list-style-type: none"> • Tintas para serigrafía • Pinturas textiles para estampados • Hilos de bordado 7. Rellenos: 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Rellenos para prendas acolchadas <p>8. Adhesivos y entretelas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adhesivos para reforzar costuras y aplicaciones • Entretelas para dar estructura y rigidez <p>9. Forros:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Forros de poliéster • Forros de algodón <p>10. Gomas y elásticos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gomas elásticas para la cintura o puños • Elásticos para ajuste <p>11. Materiales de embalaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bolsas de plástico o papel para el empaquetado final <p>Documentos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cotizaciones: Donde el proveedor detalla los precios de los productos ofrecidos. 2. Propuestas técnicas: Para aquellos productos que requieren cierto nivel de especificación técnica. 3. Catálogos de productos: Folletos y documentos que describen los productos que el proveedor proporcionará. 4. Certificaciones y acreditaciones: En donde se cuenten con ciertas certificaciones o acreditaciones como ISO 9001 para garantizar la calidad. 5. Información de contacto: Datos actualizados, incluyendo direcciones, números telefónicos y correos electrónicos. 6. Certificados de origen y calidad: Con el fin de verificar la procedencia y calidad de los materiales que el proveedor suministra. 7. Tiempos de entrega y logística: Información sobre los tiempos de entrega, los métodos de envío y otros.
Elementos de salida	<p>Información:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ventas totales: Información sobre la cantidad total de productos vendidos. 2. Informes de ventas por producto: Detalles sobre las ventas de cada producto individual. 3. Análisis de clientes: Información sobre los clientes que compraron los productos, incluyendo datos demográficos, patrones de compra, preferencias y comportamientos. 4. Devoluciones y reclamaciones: Información sobre productos que fueron devueltos o que generaron reclamaciones debido a defectos, problemas de tamaño o cualquier otra razón. 5. Información de inventario: Datos sobre los niveles de existencias de los diferentes productos.

	<p>6. Informes financieros: Información sobre los ingresos generados y los costos incurridos.</p> <p>7. Información de proveedores y logística: Datos sobre el rendimiento de los proveedores, plazos de entrega, calidad de los materiales.</p> <p>8. Información sobre competidores: Datos sobre los mercados de ropa deportiva, incluyendo sus precios.</p> <p>Productos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Camisetas deportivas 2. Pantalones y pantalonetas deportivas 3. Chaquetas y sudaderas deportivas 4. Conjuntos deportivos completos 5. Ropa interior deportiva 6. Leggings deportivos 7. Ropa de compresión 8. Ropa térmica 9. Ropa de natación 10. Accesorios deportivos: Gorras, viseras, bandas para el pelo, guantes, calcetines deportivos y otros 11. Ropa deportiva de todas las tallas y para todas las edades.
Partes interesadas	<ul style="list-style-type: none"> • Servitextil Confecciones y su clientela • Bella Tela Riobamba • PromoTex • Productores Locales • Screen Plast • Tinfles S.A
Controles al proceso	<p>Registros legales: Código de Trabajo, LOSEP.</p> <p>Registro de control de personal: Cada uno de los trabajadores de Servitextil Confecciones registra su ingreso, salida y receso para almorzar en el reloj biométrico de la empresa.</p> <p>Registro de compra y ventas: Registro de facturas de la materia prima y productos vendidos.</p>
Registros asociados a este proceso	<p>Cartas a los proveedores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bella Tela Riobamba • PromoTex • Productores Locales • Screen Plast • Tinfles S.A
Indicadores del proceso	<p>Gestión de desempeño: Establece objetivos claros para los empleados y realiza evaluaciones con el propósito de medir el nivel de conocimiento y adaptabilidad a los procesos de los mismos</p> <p>Liderazgo: Carece del mismo ya que presenta ausencia de una dirección inspiradora y efectiva, en la cual los trabajadores sean capaces de guiar al equipo hacia objetivos de progreso, lo que resulta</p>

en la falta de coordinación, motivación y empoderamiento del personal.

Rendimiento: La empresa analiza el rendimiento en los procesos de confección de sus productos, pero a la vez careciendo de actividades de refuerzo y mejora que permita optimizar procesos y recursos para lograr una mayor eficiencia.

Comunicación: Presenta una comunicación que necesita ser fortalecida entre los trabajadores bajos y la administración, lo que merma la coordinación y la resolución de problemas.

Marketing: La empresa presenta una campaña de marketing prácticamente nula puesto que solo da a conocer su nombre mediante la publicidad boca a boca, es decir mediante la difusión de experiencias de clientes que ya han adquirido sus productos, no existe actividad en sus redes sociales, ni tampoco mediante medios de telecomunicación tradicionales.

Psicología organizacional: La empresa no aplica principios psicológicos para comprender el comportamiento y las actitudes del personal, existiendo en ocasiones un clima laboral poco satisfactorio.

Finanzas: La empresa gestiona sus recursos financieros sin embargo o de la manera más eficiente posible puesto que no se analizan detenidamente los costos para mejorar sus ingresos y rentabilidad presentando poca estabilidad económica en ocasiones.

Planeación: Se realiza una breve planificación para sus procesos sin embargo siendo poco eficiente dado a no administrar adecuadamente sus recursos y dificultado sus actividades.

Competitividad: Existe una muy baja competitividad ya que la misma no da a conocer su nombre adecuadamente ignorando la innovación en sus procesos de difusión

Proveedores: La empresa mantiene comunicación con sus proveedores con el fin de que la materia prima sea de calidad y adquirida anticipación para la confección de sus productos, siendo las más sencillas los casos de: Bella Tela Riobamba, PromoTex y Productores Locales al adquirirlos en la misma ciudad, caso contrario de: Screen Plast y Tinfles S.A; siendo estos de Guayaquil y Quito respectivamente y a los cuales se debe generar un pedido con un mayor tiempo de anticipación para evitar limitaciones en la producción.

N° de clientes al mes: La empresa Servitextil Confecciones presenta un promedio de entre 100 a 500 clientes al mes dependiendo de la temporada.

<p>Descripción de actividades</p>	<p>Planificar, hacer, verificar, actuar (PHVA):</p> <p>Planificar: La empresa debe establecer objetivos claros y medibles para mejorar la calidad de su producción, además de desarrollar una estrategia de marketing para aumentar su visibilidad en el mercado y captar nuevos clientes; para su posterior evaluación y optimización de su cadena de suministro para reducir costos y mejorar la eficiencia.</p> <p>Hacer: Implementar mejoras planificadas, en base a la utilización de nuevas tecnologías en la confección, capacitación del personal en técnicas de producción avanzadas con diseños de calidad</p> <p>Verificar: Se deberá recopilar datos acerca de los criterios de los clientes, la calidad del producto y la eficiencia del proceso de producción, con ello realizar inspecciones de calidad y encuestas de satisfacción para obtener retroalimentación directa de los clientes.</p> <p>Actuar: Con forme a los resultados de la etapa de Verificar, la empresa debe realizar correcciones oportunas. Si los datos muestran insatisfacción del cliente o problemas de calidad, se deben identificar las causas y tomar medidas para corregirlas</p>
<p>Riesgos de que falle el proceso</p>	<p>Infraestructura: En esta categoría se enfoca específicamente en el fallo de la misma como lo son los equipos, maquinaria, instalaciones y otros recursos físicos de la empresa, Servitextil Confecciones anteriormente ha presentado fallos en los ya mencionas generando grandes bajas en su producción debido a la carencia de innovación y bajo mantenimiento, derivando varios riesgos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad situada / Capacidad de elaboración • Operatividad de la maquinaria • Control físico de la Infraestructura • Riesgo Laboral <p>Talento Humano: Se refiere a problemas relacionados con el desenvolvimiento de la empresa, al igual que el anterior ya han existido previos problemas. Estos pueden afectar en la producción y la calidad del producto. A partir del cual se derivan riesgos a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo, compromiso de la Dirección o Responsabilidad • Desvinculación de Personal • Capacitación e inducción al personal

	<ul style="list-style-type: none"> • Programas de reconocimiento y recompensas <p>Enfoque de gestión: Esta categoría puede derivar a varios riesgos en sus procesos dificultando los mismos y a la vez generando pérdidas financieras y errores a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistema Integral • Disponibilidad de los Recursos Financieros • Información inadecuada • Inventario no actualizado • Tiempo desvanecido • Mecanismos de control interno
--	---

1.1. Hallazgos de dificultades en la empresa Servitextil Confecciones de la ciudad de Riobamba

- a. **Liderazgo:** carece del mismo ya que presenta ausencia de una dirección inspiradora y efectiva, en la cual los trabajadores sean capaces de guiar al equipo hacia objetivos de progreso, lo que resulta en la falta de coordinación, motivación y empoderamiento del personal.
- b. **Rendimiento:** la empresa analiza el rendimiento en los procesos de confección de sus productos, pero a la vez careciendo de actividades de refuerzo y mejora que permita optimizar procesos y recursos para lograr una mayor eficiencia.
- c. **Comunicación:** presenta una comunicación que necesita ser fortalecida entre los trabajadores porque al no existir esta estrategia importante se están generando bajos niveles de administración y de hecho no existe una pronta resolución de problemas.
- d. **Marketing:** la empresa presenta una campaña de marketing prácticamente nula puesto que solo da a conocer su nombre mediante la publicidad boca a boca, es decir mediante la difusión de experiencias de clientes que ya han adquirido sus productos, no existe actividad en sus redes sociales, ni tampoco mediante medios de telecomunicación tradicionales. Requiere la difusión a través de Facebook, Instagram, YouTube, etc.
- e. **Psicología organizacional:** la empresa no aplica principios psicológicos para identificar las actitudes del personal, existiendo en ocasiones un clima laboral poco satisfactorio.

- f. **Finanzas:** la empresa gestiona sus recursos financieros, pero sin encajar en acciones más eficientes puesto que no se analizan detenidamente los costos para mejorar sus ingresos y rentabilidad, factor que conlleva a presentar poca estabilidad económica en ciertas ocasiones.
- g. **Planeación:** se realiza una breve planificación únicamente tomando en consideración el contrato que les llega al momento, pero no existe un plan estructurado en donde se enfoque misión, visión y actividades que encaminan a ser más competitivos en el mercado local y nacional, aspecto que demuestra la falta de liderazgo administrativo en los recursos materiales, económicos y humanos.
- h. **Competitividad:** existe una baja competitividad ya que la misma no da a conocer su nombre adecuadamente, aspecto que conlleva a limitaciones en la innovación de estrategias y en la aplicación de procesos de difusión.

2. ACCIONES A EJECUTARSE

2.1. PLAN OPERATIVO

ACTIVIDADES	OBJETIVO	PROCESOS	RECURSOS
Presentación de un organigrama estructural.	Mejorar las funciones del personal para aumentar la calidad en los procesos internos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar un análisis exhaustivo de los roles y responsabilidades existentes en la empresa. 2. Identificar áreas de superposición o falta de claridad en las funciones y responsabilidades actuales. 3. Diseñar un organigrama que defina claramente las estructuras jerárquicas, las líneas de comunicación y las responsabilidades de cada departamento, promoviendo la eficiencia y la colaboración. 	<p>Áreas de trabajo adecuadas y facilitar la comunicación y colaboración.</p> <p>Equipamiento de informático y de comunicación.</p> <p>Materiales de capacitación.</p> <p>Plataformas de redes sociales: Cuentas empresariales en plataformas como Facebook, Instagram, Twitter para promover la interacción en redes sociales.</p> <p>Herramientas de marketing digital: herramientas de programación de publicaciones para mejorar la presencia en línea.</p>
Estrategias de gestión gerencial.	Mejorar la gestión interna mediante la aplicación de prácticas de gestión eficiente y orientada a resultados.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar un diagnóstico de las prácticas de gestión actuales y identificar áreas de mejora. 2. Establecer indicadores clave de rendimiento relevantes para medir el desempeño y el cumplimiento de objetivos. 3. Implementar herramientas y metodologías de gestión, reuniones periódicas de seguimiento, la asignación clara de responsabilidades y la definición de planes 	<p>Áreas de trabajo adecuadas y facilitar la comunicación y colaboración.</p> <p>Equipamiento de informático y de comunicación.</p> <p>Materiales de capacitación.</p> <p>Plataformas de redes sociales: Cuentas empresariales en plataformas como Facebook,</p>

		de acción para mejorar el desempeño.	Instagram, Twitter para promover la interacción en redes sociales. Herramientas de marketing digital: herramientas de programación de publicaciones para mejorar la presencia en línea.
Campaña de marketing.	Fortalecer la imagen de la marca y aumentar la visibilidad de Servitextil Confecciones en las redes sociales, así como impulsar las actividades comerciales para captar nuevos clientes.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar un análisis de la presencia de la empresa en las redes sociales. 2. Desarrollar una estrategia de marketing digital que incluya contenidos relevante y atractivos para el público, así como la interacción constante con los seguidores y clientes potenciales. 3. Establecer alianzas estratégicas en el sector para ampliar el alcance de la marca y generar mayor visibilidad. 	<p>Áreas de trabajo adecuadas y facilitar la comunicación y colaboración.</p> <p>Equipamiento de informático y de comunicación.</p> <p>Materiales de capacitación.</p> <p>Plataformas de redes sociales: Cuentas empresariales en plataformas como Facebook, Instagram, Twitter para promover la interacción en redes sociales.</p> <p>Herramientas de marketing digital: herramientas de programación de publicaciones para mejorar la presencia en línea.</p>
Plan de capacitación de liderazgo y comunicación empresarial	Mejorar las habilidades y competencias del personal para potenciar su desempeño y promover el liderazgo interno.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar un análisis de la capacitación y desarrollo de habilidades de los líderes y empleados. 2. Diseñar un programa de capacitación para promover el crecimiento profesional y personal. 3. Implementar sesiones de capacitación y talleres prácticos, así como fomentar el aprendizaje continuo a través de recursos 	<p>Áreas de trabajo adecuadas y facilitar la comunicación y colaboración.</p> <p>Equipamiento de informático y de comunicación.</p> <p>Materiales de capacitación.</p> <p>Plataformas de redes sociales: Cuentas</p>

		en línea y programas de mentoría interna.	empresariales en plataformas como Facebook, Instagram, Twitter para promover la interacción en redes sociales. Herramientas de marketing digital: herramientas de programación de publicaciones para mejorar la presencia en línea.
Seguimiento y evaluación periódica.	Evaluar la implementación de la propuesta y realizar ajustes necesarios para garantizar su eficacia y éxito a largo plazo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definir indicadores clave de rendimiento para medir los resultados. 2. Establecer un sistema de seguimiento regular para recopilar datos y evaluar el desempeño de las actividades implementadas. 3. Realizar análisis periódicos de los resultados obtenidos y utilizar esta información para tomar decisiones informadas y realizar ajustes estratégicos si es necesario. 	<p>Áreas de trabajo adecuadas y facilitar la comunicación y colaboración.</p> <p>Equipamiento de informático y de comunicación.</p> <p>Materiales de capacitación.</p> <p>Plataformas de redes sociales: Cuentas empresariales en plataformas como Facebook, Instagram, Twitter para promover la interacción en redes sociales.</p> <p>Herramientas de marketing digital: herramientas de programación de publicaciones para mejorar la presencia en línea.</p>

2.2. PLAN DE CAPACITACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE LIDERAZGO EMPRESARIAL

Introducción

“El liderazgo empresarial requiere de características, habilidades y estrategias para sintonizar con la misión y visión de la empresa, lo que implica que el líder debe propender su responsabilidad con eficacia e influencia en su desempeño como en la toma de decisiones relacionando con sus equipos de trabajo” (Vasco, 2020).

Implica, que el líder es una persona que a más de orientar a las personas debe impulsar acciones positivas para el desarrollo de la empresa para ello es importante partir de la motivación a quienes les rodean, por otro lado, debe propender a visualizar las mejoras en procura de animar a las personas a avanzar hacia el futuro.

En el entorno empresarial actual, la gestión gerencial efectiva y el liderazgo estratégico se han convertido en elementos fundamentales para la supervivencia de la empresa. En este contexto, la empresa "Servitextil Confecciones", ubicada en la ciudad de Riobamba, se enfrenta a desafíos y oportunidades que requieren una revitalización de sus actividades, así como un enfoque renovado en la gestión y la estructura organizativa.

Para la elaboración del plan de fortalecimiento de liderazgo empresarial se partió del diseño de un plan de caracterización al accionar administrativo el mismo que fue aplicado en la empresa Servitextil Confecciones de la ciudad de Riobamba en donde se identificó algunos problemas relacionados con la organización institucional, la capacitación al personal, la comunicación y el marketing, para lo cual se considera importante planificar acciones o medidas concretas que permitan poner en marcha el desarrollo empresarial tendiente a sobresalir frente a la competitividad de manera positiva y así generar fuentes de trabajo, imagen empresarial y desarrollo socio económico.

Frente a las debilidades identificadas en la empresa Sevitextil Confecciones de la ciudad de Riobamba, se considera de gran importancia el desarrollo y aplicación de un plan de fortalecimiento de liderazgo empresarial direccionado a la planta administrativo, trabajadores y maquiladores con temáticas que orienten a ser un buen líder para que pueda dirigir positivamente la empresa, así como también es importante desarrollar procesos de

mejoramiento comunicacional a través de estrategias encaminadas a impulsar el desarrollo y la revitalización de Servitextil Confecciones. Para lograrlo, se abordará la optimización de su estructura organizativa, así como la potenciación de sus actividades comerciales y presencia en redes sociales. Estas medidas se respaldarán con una gestión gerencial sólida y un liderazgo efectivo que promueva el crecimiento y la adaptación al cambiante mercado.

En última instancia, esta propuesta permitirá posicionar a Servitextil Confecciones como una empresa reconocida en su sector, capaz de mantener una ventaja competitiva sostenible. Para lograrlo, se promoverá una mayor eficiencia operativa, se fomentará la colaboración entre los diferentes departamentos y se impulsará la adopción de tecnologías innovadoras que permitan optimizar los procesos internos.

Objetivo

Desarrollar un plan de fortalecimiento de liderazgo empresarial con la finalidad de orientar acciones positivas de un líder positivo para el mejoramiento de la empresa Servitextil Confecciones de la ciudad de Riobamba.

Estructura del plan

El Plan de capacitación consta de las siguientes partes: (Vasco, 2020):

- Objetivo
- Responsable
- Frecuencia
- Política de funcionamiento
- Presupuesto
- Política de seguimiento
- Evaluación

ESTRATEGIA 1

TEMA: Liderazgo y toma de decisiones

1. Objetivo

Desarrollar competencias, habilidades y conocimientos administrativos mediante la aplicación de procesos de liderazgo encaminados a la toma de decisiones positivas para el desarrollo empresarial.

2. Responsable:

Sr. Félix Suarez

3. Periodicidad-frecuencia:

Horas: 20 horas

Horario: Durante 3 fines de semana continuos

Viernes: de 18:00 a 22:00

Sábado: de 18:00 a 22:00

4. Política de funcionamiento

Líder

El líder es un agente impulsador al desarrollo de las organizaciones, equipos y colaboradores a través de acciones motivacionales con la finalidad de potencializar el objetivo de progreso empresarial con capacidad, conocimientos y habilidades, aspectos que le encamina a tomar decisiones positivas de manera clara, precisa y oportunas. Por otro lado, (Drucker, 2020) manifiesta que líder es alguien que tiene seguidores según su capacidad y buen desenvolvimiento frente a la empresa y a sus colaboradores.

Liderazgo efectivo

(Codina, 2012). considera que el liderazgo es el factor organizacional que debe encaminar con capacidad para ejecutar acciones positivas tendientes a alcanzar sus fines de la empresa, personas, grupos y sociedades en general, lo que implica que este personaje debe saber dirigir adecuadamente a un grupo de personas según su tarea o misión.

Para que una persona maneje un buen liderazgo debe tener presente los siguientes elementos:

- a. **Confiabledad.** Un líder debe genera confianza y fe a través de una adecuada coherencia entre sus palabras y acciones. Así también debe enaltecer el valor de honestidad y transparencia con los demás frente a la toma de decisiones rápidas con la finalidad de que respeten y cumplan. Debe también demostrar humildad en su desenvolvimiento como en la admisión de sus errores.
- b. **Propósito.** El líder debe tener un propósito y una razón para vivir, accionando el trabajo como un accionar placentero y no aburrido, lo que implica que debe valorar lo que ama, enaltecer sus conocimientos, así como saber lo que necesitas y porque es lo que te deben pagar
- c. **Motivación.** Para el desarrollo motivacional debe estar presente la integridad institucional al ejecutar acciones que no afecten el interés de los demás, para ello debe ejecutarse de manera limpia y transparente enalteciendo sus valores éticos y morales.
- d. **Gestión emocional.** Debe poner en práctica la inteligencia emocional, al ser empáticos y saber comprender sus necesidades emocionales como la conciencia social tendiente a discernir los requerimientos del equipo de trabajo demostrando un buen desarrollo de su accionar interpersonal.
- e. **Habilidades.** Las habilidades que debe desarrollar un líder está en construir relaciones positivas entre todo el equipo de trabajo, para ello debe tener presente el accionar de liderar guiando y orientando y motivando al equipo de trabajo. Por otro lado, debe inspirar confianza en procura de que se vayan desarrollando otros líderes. Debe transformar con pensamientos positivos hacia cambios sustanciales de la empresa, para ello debe ser creativo.

Liderazgo de servicio

Debe en primer lugar tener presente generen necesidades de la fuerza laboral con la finalidad de medir el éxito dentro del compromiso social y de la satisfacción de sus empleados, para ello debe considerarse los siguientes principios claves, que son:

- Saber escuchar
- Empatía

- Compromiso de crecimiento.
- Participación comunitaria
- Autoconocimiento
- Responsabilidad

Estilos de liderazgo

(Weber, 2009), determina tres tipos de liderazgo, que son los siguientes:

- **Líder tradicional:** Es quien hereda su responsabilidad por costumbre o por representar a un grupo familiar de élite el mismo que viene manteniéndose por generaciones.
- **Líder carismático:** Despierta entusiasmo y motiva a sus seguidores.
- **Líder legítimo:** Asume una responsabilidad mediante procesos centrados en normas legales, demostrando capacidad de convocar y convencer a sus seguidores.

Impactos positivos de liderazgo

En este mundo globalizado y de avances científicos y tecnológicos las organizaciones deben enfrentar grandes retos que desafían la gestión en base a herramientas modernas que ayudan a aumentar el desempeño profesional y en otras áreas de la vida.

El líder actual debe ser un buen profesional encaminado a generar nuevos retos organizacionales, es quien debe ser jefe, pero a la vez un buen compañero que otorga un buen comportamiento, pero también debe dar todo de sí tanto en el tiempo como en su desenvolvimiento con la finalidad de rendir al máximo nivel, lo que lo obliga a estar en una constante búsqueda de la excelencia.

Liderazgo y trabajo en equipo

La importancia del liderazgo dentro de los equipos de trabajo conlleva a conseguir que la organización sea más eficaz y competitiva en todos sus entornos, por otro lado, el liderazgo dentro de un equipo de trabajo es la realización de personas comprometidas, a través de la motivación para influir en los demás con ética y positiva para alcanzar objetivos de la organización.

Toma de decisiones

En el ámbito laboral y empresarial permanentemente se van tomando decisiones que tengan impacto sobre el futuro inmediato, para ello el líder debe saber tomar decisiones en finanzas y también en la resolución de conflictos que puedan generarse dentro de su departamento, para ello se debe tener presente los siguientes aspectos:

a. Enmarcar el problema. Para la toma de cada una de las decisiones debe apoyarse en aspectos objetivos como de datos reales. El líder debe conocer valores que se puedan añadir al negocio. Debe ser capaz de no generar trampas mentales que puedan promover conclusiones equivocadas.

La toma de decisiones es una tarea ejecutiva diaria, tomando una inminente responsabilidad del desarrollo de la organización y del bienestar de los integrantes. En unos casos apostando a la intuición y no con un proceso serio de decisión fundamentados en decisiones científicas y objetivas, considerando un proceso lógico de análisis.

b. Toma de decisiones basada en datos. La empresa debe tener datos claros y preciso y el líder debe tener acceso a los diversos datos incluido el uso de análisis predictivos y prescriptivos, así como también cómo interpretar las tendencias en los datos. Así también el líder debe saber equilibrar las entradas tanto de fuentes digitales como humanas al tomar decisiones importantes.

5. Presupuesto

\$ 200

6. Política de seguimiento. El líder debe realizar un monitoreo periódico al desarrollo organizacional con la finalidad de constatar las mejoras en sus condiciones socioeconómicas, para ello debe supervisar el comportamiento de todos los factores que participaron en la toma de decisiones.

7. Evaluación: Es importante que el líder sepa evaluar la calidad y eficacia de la respuesta del equipo de trabajo frente al desarrollo organizacional para ello debe implementarse ciertas normas de control en procura de que le permita identificar las ventajas y desventajas de tu toma de decisiones teniendo en cuenta aquello para una próxima oportunidad.

ESTRATEGIA 2

TEMA: Estrategias de comunicación horizontal y vertical

1. Objetivo

Aplicar estrategias de comunicación horizontal y vertical mediante la aplicación de valores y desarrollo profesional con la finalidad de fortalecer los ambientes positivos del personal en pro de una adecuada productividad y rentabilidad.

2. Responsable:

Sr. Félix Suarez

3. Periodicidad-frecuencia:

Horas: 20 horas

Horario: Durante 3 fines de semana continuos

Viernes: de 18:00 a 22:00

Sábado: de 18:00 a 22:00

4. Política de funcionamiento

Comunicación horizontal y vertical

La comunicación es un accionar fundamental en el desarrollo empresarial de ahí la importancia de saber identificar que la comunicación horizontal es la que se ejecuta en todo momento a través de los medios orales, en tanto que la comunicación vertical se desarrolla mediante la aplicación de medios escritos, memorandos y políticas internas establecidas en la empresa.

Estrategias de comunicación

La estrategia de comunicación es precisamente las acciones que se pueden realizar en la empresa con la finalidad de cumplir con los objetivos encaminadas a identificar la esencia de la organización, las mismas que deben fundamentarse en la imagen corporativa, la reputación, las ventas, así como la incorporación de nuevas tecnologías para adaptarse a un mercado competitivo y atraer la clientela para un mejor consumo.

La comunicación institucional es un aspecto fundamental del accionar diario la cual debe estar fundamentada dentro de un plan de comunicación con la finalidad de definir las acciones tanto interna como externa porque en realidad es una herramienta de bienestar institucional y de desarrollo del negocio para ello es importante la aplicación de mensajes adecuados y de forma efectiva haciendo uso del mejor canal hacia los diferentes destinatarios, lo que implica que la comunicación debe ser efectiva y de impacto en la toma de decisiones en procura de conseguir los objetivos deseados.

Estrategia de relaciones públicas tradicionales y digitales

Una estrategia de comunicación debe renovarse constantemente en virtud de que las peticiones, inquietudes, problemas o exigencias de los clientes siempre están cambiando, lo que implica que se requiere de crear una adecuada visibilidad, conocimiento de marca y principalmente reforzar el engagement.

Uno de los aspectos importantes dentro de las estrategias de comunicación es su aplicabilidad oportuna y positiva ya sea por los medios tradicionales como también a través de los medios digitales en virtud de que se lo consideran de igual trascendencia su ejecución en redes sociales como en eventos presenciales.

Tipos de comunicación en la empresa

La aplicación adecuada de la comunicación empresarial sea de forma externa como interna debe estar fundamentada en la buena gestión para fortalecer el valor de la empresa en el mercado.

- a. Comunicación Interna.** Según Peter Drucker, considera que uno de los graves problemas de una organización se centra específicamente en la mala comunicación interna, la misma que se centra en la atención a los empleados para que trabajen dentro de un buen clima laboral, para ello debe estar bien claro los objetivos, políticas y estrategias de comunicación de la empresa.

Herramientas de comunicación interna

Para el desarrollo de una buena comunicación interna se puede canalizar a través de las nuevas tecnologías, para ello se plantean varias opciones:

- **Intranet:** a través de este medio puede generar noticias y permitirles también a que accedan a la información para que conozcan datos de soporte con la finalidad de fortalecer el rendimiento de sus empleados.
- **Newsletters:** es un espacio en donde puede comunicar las novedades, orientar acerca de valores, objetivos de la empresa y eventos próximos a ejecutarse en la empresa.
- **Buzón de sugerencias:** el recibir sugerencia y propuestas de sus empleados a través de un buzón es una estrategia clave porque va a permitir identificar de manera directa acciones a mejorar.
- **Reuniones:** una herramienta importante dentro de la comunicación interna son las reuniones internas, en virtud de que es un espacio clave para debatir y proponer mejoras, tendientes a determinar objetivos nuevos.

Comunicación externa

La comunicación externa es una excelente comunicación empresarial porque permite generar una buena imagen con la finalidad de salir de sus productos o servicios para alcanzar una adecuada competitividad, es decir de existir una buena comunicación externa impulsa el crecimiento de la marca y aumenta su popularidad.

Herramientas de comunicación externa

Las herramientas principales para generar una buena comunicación externa son:

- **Eventos:** Se deben promover una serie de actividades tales como: conferencias, ferias con sus productos, congresos, etc., aquello va a permitir darse a conocer y alcanzar un mejor desarrollo empresarial.
- **RSE:** Una estrategia clave es la responsabilidad social empresarial (RSE), la misma que se enmarca en una filosofía de conservación del medio ambiente, el proceso laboral de sus trabajadores y ayudas humanitarias.
- **Patrocinios:** Son apoyos económicos centrados en valores y cultura organizacional con la finalidad de obtener una mejor visibilidad de la empresa.
- **Materiales de prensa:** Con el propósito de mejorar la comunicación externa de la marca se puede realizar anuncios a través de la prensa, artículos, notas de prensa, entrevistas, etc.

Beneficios de una comunicación eficaz en la empresa

El ejercicio de la comunicación dentro de una empresa permitirá contar con empleados comprometidos en su trabajo y en el desarrollo de la organización a la que pertenecen, por otro lado, encamina a una mayor visibilidad de la fábrica para fortalecer su identidad corporativa.

En conclusión, desarrollar la estrategia de comunicación tanto interna como externa es básico para alcanzar sus objetivos y metas establecidas en su plan de trabajo porque aquello permitirá tener mayor incidencia en su productividad y rentabilidad.

Claves para una estrategia de comunicación efectiva

Una comunicación es efectiva y estratégica cuando existe el compromiso desinteresado de todo el personal de la institución, para ello se consideran los siguientes aspectos:

- **Considerar el factor de la comunicación:** Es un factor clave para la organización tanto a nivel interno y externo.
- **Ser honesto:** Debe decir con la verdad y tomar las mejores decisiones de manera oportuna.
- **Entender cómo se comunican los demás:** Es importante entender una comunicación para direccionar la estrategia y satisfacer sus necesidades.
- **Comunicación no verbal:** La empresa puede hacer uso de los medios digitales para comunicarse a través de online y offline.

En definitiva, desarrollar una estrategia de comunicación empresarial tiene una gran incidencia en su productividad y rentabilidad, factor clave para alcanzar sus objetivos y metas establecidos para continuar creciendo en el ámbito industrial de forma inclusiva y sostenible para ello es importante también aplicar procesos de un aprendizaje continuo, emplear a profesionales claves y de hecho realizar una capacitación continua.

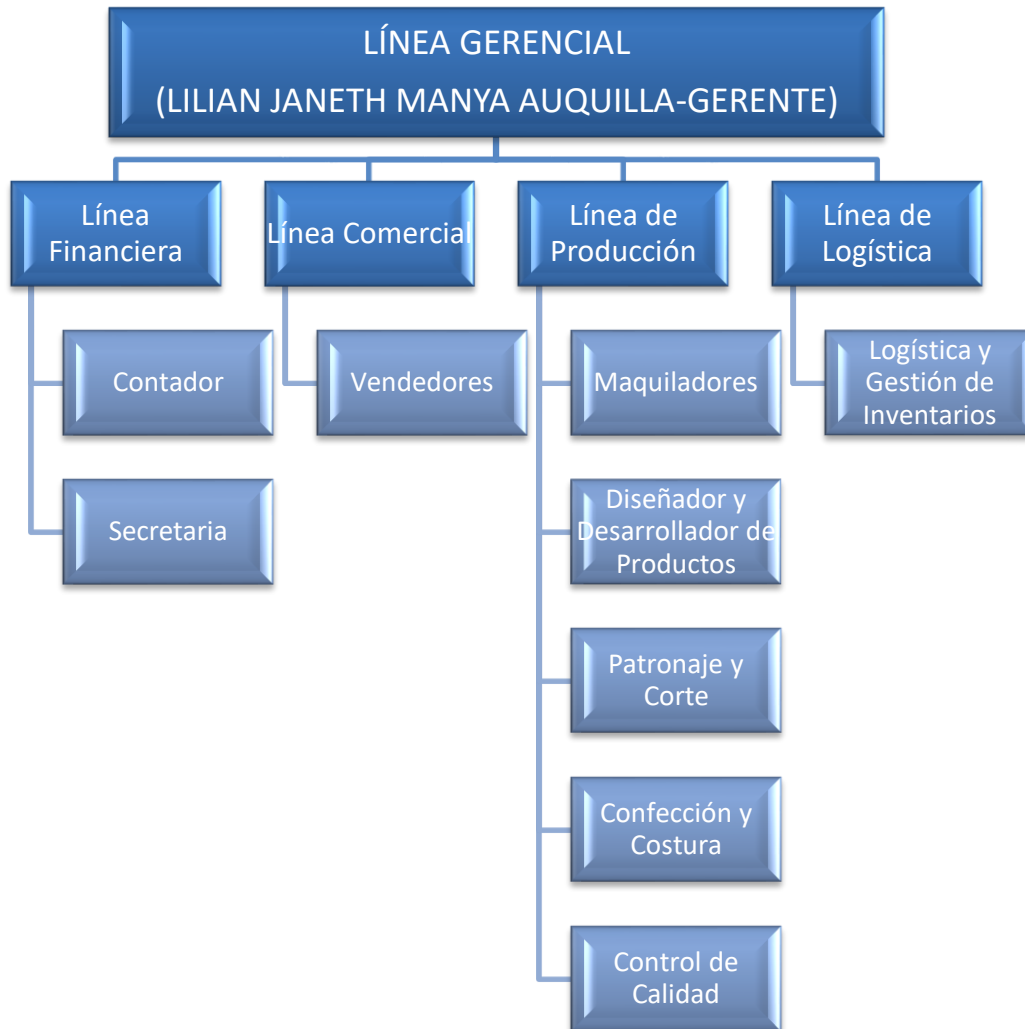
5. Presupuesto

\$ 300

6. **Política de seguimiento.** Realizar un monitoreo o supervisión periódica a sus empleados y trabajadores con la finalidad de que mantenga a su organización en desarrollo constante y en la mejora de sus condiciones económicas.
7. **Evaluación:** Evaluar la calidad, eficiencia y eficacia del desempeño de sus funciones para identificar sus ventajas y desventajas de las estrategias de comunicación aplica para continuar generando nuevas decisiones.

3. Organigrama estructural de la empresa Servitextil Confecciones

Gráfico 1. Organigrama estructural



Fuente: Elaboración propia

4. Funciones del personal de la empresa Servitextil Confecciones

- a. **Gerente:** es la persona responsable de supervisar y coordinar todas las operaciones, implicando establecer metas y objetivos, desarrollar estrategias, gestionar el presupuesto, tomar decisiones estratégicas, coordinar los departamentos y asegurar el cumplimiento de los estándares de calidad y eficiencia.
- b. **Contador:** su función principal será manejar y registrar las transacciones financieras de la empresa textil, es decir llevar los libros contables, preparar estados financieros, gestionar

el presupuesto, supervisar los pagos a proveedores y el cobro de clientes, realizar declaraciones de impuestos y garantizar el cumplimiento de las normativas financieras.

- c. Secretaria:** brindará apoyo administrativo y asistencia a la gerencia en donde sus funciones pueden incluir la gestión de la correspondencia, la atención telefónica, la programación de reuniones, la preparación de documentos y la organización de eventos internos.
- d. Vendedores:** los vendedores se encargan de promocionar y vender los productos textiles de la empresa. Esto involucra identificar clientes potenciales, establecer relaciones comerciales, realizar visitas a clientes, presentar y negociar propuestas comerciales, cerrar ventas y alcanzar los objetivos de ventas establecidos.
- e. Diseñador y desarrollador de productos:** son responsables de crear nuevos diseños y desarrollar productos textiles, debe comprender las tendencias del mercado y las necesidades de los clientes; también coordinan con los trabajadores del patronaje y corte para llevar a cabo la producción de los diseños.
- f. Patronaje y corte:** este equipo se encarga de convertir los diseños en patrones y preparar los materiales para la producción, en donde posteriormente utilizarán un software y técnicas de diseño para crear los patrones que servirán como base para la confección de las prendas.
- g. Confección y costura:** estos trabajadores se ocuparán principalmente de la fabricación de los productos textiles mediante la utilización de los patrones y las telas para cortar, ensamblar y coser las prendas; además de llegar a encargarse de la decoración y el acabado final de las prendas.
- h. Control de calidad:** este equipo de trabajo se asegurará de que los productos textiles alcancen los estándares de calidad establecidos, realizar inspecciones y pruebas para verificar la durabilidad, el ajuste, los acabados y otros aspectos de calidad; además de encargarse de detectar y corregir posibles defectos durante el proceso de fabricación.
- i. Logística y gestión de inventarios:** los trabajadores de esta sección se encargarán de gestionar el flujo de materiales y productos dentro de la empresa, esto implica el almacenamiento adecuado de las materias primas y los productos terminados, la coordinación de los envíos y la distribución, el control de inventarios, planificación y optimización logística.

5. Estrategias competitivas de la empresa

a. Organización de la empresa

Con el fin de que la empresa Servitextil Confecciones, cuente con una adecuada organización y posteriormente de haber establecido una estructura organizativa y una jerarquía empresarial, debe tomar en consideración los siguientes elementos:

- **Comunicación interna:** debe establecer canales de comunicación efectivos entre los miembros de la empresa en niveles jerárquicos, fomentar una comunicación abierta y transparente para que la información fluya correctamente y todos los empleados estén alineados con los objetivos propuestos.
- **Procesos y procedimientos:** definir y documentar los procedimientos de las áreas de trabajo, desde el diseño y desarrollo de productos hasta la producción, control de calidad, ventas y logística lo cual ayudará a estandarizar las operaciones y garantizar la consistencia y calidad en los resultados.
- **Coordinación entre trabajadores:** fomentar la coordinación y colaboración entre los diferentes trabajadores, siendo esto fundamental para evitar retrasos, errores y garantizar una producción eficiente.
- **Gestión del talento:** asegurarse de contar con un equipo talentoso y capacitado, manteniendo una mejora continua en los procesos, así como innovación y procesos de capacitación para reforzar aún más los conocimientos de los trabajadores; además de reconocer y valorar el desempeño sobresaliente y fomentar un ambiente de trabajo positivo y motivador.
- **Tecnología y sistemas:** implementar sistemas de información y tecnología que permitan mejorar la eficiencia y la gestión en la empresa Servitextil Confecciones. Esto puede incluir, software de diseño y producción más sofisticados, sistemas de seguimiento de ventas y análisis de datos, etc.
- **Evaluación y mejora continua:** establecer mecanismos de evaluación de la empresa, manteniendo un análisis periódico para identificar las oportunidades de crecimiento porque a través de la retroalimentación y la evaluación conlleva a implementar mejoras continuas en la operatividad de la empresa.

b. Difusión empresarial

Para dar a conocer el nombre de Servitextil Confecciones es muy importante la difusión empresarial por diversos medios con la finalidad de que el público se sienta atraído hacia los productos que esta empresa viene produciendo. La empresa puede realizar la difusión mediante tres medios de comunicación: televisión, radio y redes sociales.

Televisión:

- Identificar los canales de televisión más relevantes para el público objetivo al cual se enfocará.
- Establecer un contacto con los departamentos de publicidad y ventas de los canales para solicitar información sobre los espacios publicitarios disponibles y sus tarifas.
- Crear anuncios televisivos atractivos y profesionales que destaquen los productos, la calidad y los valores de Servitextil Confecciones; asegurándose de que sean visualmente atractivos y transmitan el mensaje de manera clara y concisa.
- Negociar los espacios publicitarios y acordar los horarios de emisión de los anuncios para maximizar el impacto.
- Realizar un seguimiento de los resultados y el retorno de inversión obtenidos a través de la difusión televisiva.

Radio:

- Investigar las estaciones de radio más populares y relevantes para el público objetivo que se dirigirá.
- Establecer contacto con los departamentos de publicidad o marketing de las estaciones de radio para obtener información sobre las opciones de publicidad disponibles y sus tarifas.
- Crear anuncios de radio efectivos que capturen la atención del público en un tiempo limitado, utilizando música, efectos de sonido y una narración clara para transmitir los mensajes clave.
- Negociar los espacios publicitarios y los horarios de emisión de los anuncios para alcanzar la máxima audiencia.
- Monitorear y evaluar los resultados de los anuncios de radio a través de encuestas o promociones especiales para medir la respuesta del público.

Redes Sociales:

- Evaluar las redes sociales existentes de la empresa para su posterior revisar y actualizar las mismas con el fin de mejorar la presencia de Servitextil Confecciones.
- Definir una estrategia de contenido para las redes sociales, considerando el tipo de contenido que se desea compartir, como imágenes de productos, consejos de moda, actualizaciones de la empresa, etc.
- Crear perfiles atractivos y profesionales en las plataformas relevantes para tu público objetivo, como Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, etc; reforzar las plataformas ya existentes y creando cuentas en las cuales se carece de un perfil sólido.
- Publicar contenido de manera regular y consistente para mantener a los seguidores informados y comprometidos. Utilizar imágenes, videos, artículos de blog, concursos y promociones para atraer la atención de más personas.
- Interactuar con la audiencia, responder a los comentarios y mensajes, y generar conversaciones en torno a la marca de Servitextil Confecciones.
- Considerar la posibilidad de invertir en publicidad en redes sociales, como anuncios pagados o promociones específicas para aumentar la visibilidad y alcance de la empresa.

6. Imagen empresarial

Una estrategia que no puede estar ausente en la difusión publicitaria, es establecer una imagen empresarial sólida con la finalidad de que toda persona que pueda visualizar reconozca a la empresa y sus productos, aspecto fundamental para llegar a más personas y sea quienes continúen difundiendo su nombre denominado Servitextil Confecciones.



BIBLIOGRAFÍA

- Angulo, D. (2001). *Repositorio PUCESA*. Obtenido de Repositorio PUCESA: <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2720/1/T0135-MBA-Angulo-Liderazgo.pdf>
- Arias, K. (2020). *Universidad y Sociedad vol.12*. Scielo.
- Avolio, B., & Yammarino, F. (2022). *Transformational and charismatic leadership: The road ahead*. Emerald Group Publishing Limited.
- Baca Urbina, G. (2018). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw Hill.
- Bass, B., & Riggio, R. (2016). *Transformational leadership*. Psychology Press.
- Boada, N. (2019). *Publicidad en redes sociales: qué es, ventajas y beneficios*. Cyberclick.
- Bojórquez, F. (2015). *Las funciones gerenciales y los roles gerenciales en la competitividad de las pymes manufactureras*. Guadalajara, Méxiico: IX Congreso de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.
- Bracho, A., Colmenárez, M., & Hernández, S. (2016). *Cumplimiento de funciones gerenciales del microempresario. Caso de estudio Empresas financiadas por cáritas diocesana de barquisimeto*. Gestión y Gerencia.
- Burbano, Á. (2017). *Importancia de la dirección estratégica para el desarrollo empresarial. Dominio de las Ciencias. Extra 2* .
- Burnett, J. (2016). *Promoción: Conceptos y Estrategias*. Bogota: Mc Graw Hill Interamericana, S.A.
- Capa, L., Benítez, R., & Capa, X. (2 de Febrero de 2008). *SCIELO*. Obtenido de SCIELO: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000200285
- Casas, R., Martínez, S., & González, L. (2020). *La influencia de la gestión gerencial en la innovación empresarial*. Investigaciones de Economía de la Empresa.
- Chiavenato, M. (2019). *La gestión gerencial*. Dialnet.
- Codina, R. (2012). *Liderazgo democrático*.
- Comercio, E. (2023). *Dificultades que atraviesa el sector textil en el Ecuador*. Quito.
- D'alessio, F. (2018). *El Proceso Estratégico: Un Enfoque de Gerencia*. México: Pearson. Prentice Hall. .
- Daft, R., & Marcic, D. (2015). *Understanding Management*. Stamford, CT: Cengage Learning.
- David, F. (2013). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Pearson Educación.

- Dávila, G. (2018). *El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales*. Caracas, Venezuela: Laurus.
- Davis, N. (2003). EL COMPORTAMIENTO HUMANO EN EL TRABAJO. En J. N. Keith Davis, *EL COMPORTAMIENTO HUMANO EN EL TRABAJO*.
- Dess, G., & Lumpkin, T. (2013). *Dirección estratégica: creando ventajas competitivas*. España: McGraw Hill.
- Diaz. (2020). *El sector textil del Ecuador y su incidencia en la macroeconomía*. Guayaquil.
- Donawa, Z., & Morales, E. (2019). *Estrategias de innovación en la gerencia de las MIPYME del distrito de Santa Marta*. Colombia: Teuken Bidikay.
- Drucker, P. (2020). *Liderazgo empresarial*. Dialnet.
- Fayol, H. (2016). *General and Industrial Management*. Translated by Constance Storrs. London: Sir Isaac Pitman & Sons, Ltd.
- Fred, D. (2013). *Conceptos de Administración estratégica*. Novena edición. México: Editorial Pearson Hall.
- García, A., López, M., & Rodríguez, P. (2019). *El papel de la gestión gerencial en el rendimiento organizativo*. Revista de Dirección y Administración de Empresas.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2014). *Principios de Administración Financiera*. Nueva York: Pearson.
- Goleman, D. (2020). *Leadership that gets results*. Harvard Business Review.
- Gómez, C. (2002). *LIDERAZGO: CONCEPTOS, TEORÍAS Y HALLAZGOS RELEVANTES*.
- Hernandez, R. (Marzo de 2021). *cegepperu.edu.pe/*. Obtenido de ¿Qué es la gestión estratégica?: <https://cegepperu.edu.pe/2021/03/27/6-ventajas-de-la-gestion-estrategica/>
- Hitt, M., Ireland, D., & Hoskisson, R. (2014). *Administración estratégica. Competitividad y conceptos de globalización*. Quinta edición. México: Editorial Omson.
- Hitt, M., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. (2015). *Strategic management: concepts and cases: competitiveness and globalization*. Boston: MA: Cengage Learning.
- Interim Management. (11 de Agosto de 2016). *epunto.es*. Obtenido de [epunto.es: https://epunto.es/pool-de-directivos-gestion-gerencial/](https://epunto.es/pool-de-directivos-gestion-gerencial/)
- Laboratorio de Radiación, Facultad de Ciencias, Universidad de la República, Uruguay. (s.f.). *INSTITUTO DE FÍSICA, FACULTAD DE CIENCIAS*. Obtenido de http://labrad.fisica.edu.uy/docs/tabla_chi_cuadrado.pdf
- Milano, R., & Moreno, B. (2017). *Estrategias basadas en la gerencia moderna para el desarrollo organizacional de la empresa legislación económica*. Valencia: Enfoques.

- Morgado, C., Aldana, J., & Isea, J. (2019). *Gerencia transformacional desde el accionar docente directivo para el abordaje del Contexto Escola*. Cienciamatria.
- Navarro, M., & López, E. (2021). *El impacto de la gestión gerencial en la productividad empresarial*. Revista de Administración y Economía.
- Nieves, Y., & León, M. (2021). *La gestión del conocimiento: una nueva perspectiva en la gerencia de las organizaciones*. ACIMED.
- Palella, & Martins. (2012). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. Maracaibo.
- Pérez, J. (Noviembre de 2020). *Repositorio Dspace*. Obtenido de Repositorio Dspace: <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/1914/TRABAJO%20%281%29.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Porter, M. (2016). *Estrategia y Ventaja Competitiva. Líderes del Management. Primera edición*. España: Ediciones Deusto.
- Pulgar, L., & Ríos, F. (2017). *Metodologías para implantar la estrategia: diseño organizacional de la empresa*. Yo publico.
- Riva, S. (5 de Diciembre de 2020). *EnrokE.com*. Obtenido de EnrokE.com: <https://blog.grupoenroke.com/que-son-las-pymes>
- Rodríguez, C., Gómez, A., & Pérez, R. (2022). *El rol de la gestión gerencial en la gestión del talento*. Revista de Gestión de Recursos Humanos.
- Rodríguez, F. (Junio de 2011). *Repositorio UTA*. Obtenido de Repositorio UTA: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1321/1/330%20Ing.pdf>
- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. México: INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Sapiro, A., & Chiavenato, I. (2011). *Planeación estratégica. Fundamentos y aplicaciones. Segunda Edición*. México: McGraw-Hill Education.
- Scott, I. (2018). *El Proceso de Cambio Fundamentado en el Liderazgo Gerencial y el Trabajo en Equipo*. España: Universidad de la Rioja. Dialnet.
- Smith, J. (2023). *Gestión gerencial en organizaciones: estrategias para el éxito*. Revista de Administración y Economía.
- Treviño, L., Hartman, L. P., & Brown, M. (2013). *Moral person and moral manager: How executives develop a reputation for ethical leadership*. California Management Review.
- Universo, E. (2022). *Asociación de Industrias Textiles del Ecuador*. Guayaquil.

- Valecillos, C., & Quintero, N. (2019). *Modelo de gestión basado en el enfoque de las organizaciones inteligentes*. Venezuela: Negotium.
- Vasco, D. (2020). *Guía para la elaboración del Plan de CONTINGENCIA*. Estados Unidos: OSALAN.
- Vásquez, E. (2022). *Liderazgo gerencial y gestión administrativa*. Perú: Universidad César Vallejo.
- Velázquez, A. (2022). *QuestionPro*. Obtenido de QuestionPro: <https://www.questionpro.com/blog/es/proceso-de-gestion-estrategica/>
- Weber, N. (2009). *Estilos de liderazgo*.

ANEXOS

ANEXO 1

Matriz de operacionalización de consistencia

Tema: La gestión gerencial y el liderazgo en la empresa Servitextil Confecciones de la ciudad de Riobamba.

Formulación del problema	Objetivo general	Hipótesis general
¿Cómo incide la gestión gerencial en el liderazgo de la empresa Servitextil Confecciones de la ciudad de Riobamba?	Determinar el grado de incidencia de la Gestión Gerencial en el liderazgo de la Empresa Servitextil Confecciones de la ciudad de Riobamba.	La gestión gerencial incide de forma significativa en el liderazgo de la empresa Servitextil Confecciones de la ciudad de Riobamba.
Problemas derivados	Objetivos específicos	Hipótesis específicas
¿Cuál es la situación actual de la gestión gerencial en el liderazgo de la empresa Servitextil Confecciones?	Diagnosticar la situación actual de la Gestión Gerencial en el liderazgo de la Empresa “Servitextil Confecciones”	
¿Cuáles son los factores que fortalecen el liderazgo de la empresa Servitextil Confecciones?	Caracterizar las fortalezas del liderazgo de la empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba.	
¿Cuáles son las estrategias que impulsan el liderazgo de la empresa Servitextil Confecciones?	Diseñar estrategias que impulsen el desarrollo del liderazgo de la empresa “Servitextil Confecciones” de la ciudad de Riobamba.	

ANEXO 2
Matriz de operacionalización de variable independiente

VARIABLE INDEPENDIENTE: GESTIÓN GERENCIAL			
Conceptualización	Categoría	indicadores	Técnicas e instrumentos
<p>La gestión gerencial es un proceso en el cual se formulan, se ejecutan y se evalúan estrategias que permiten una adecuada organización que permita alcanzar los resultados esperados además de presentar una correcta contingencia frente a los problemas de la empresa. (David F. , 2013)</p>	Organización	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Porcentaje de productividad. ✓ Nivel de desempeño laboral. ✓ Número de actividades planteadas. 	<p style="text-align: center;">Técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Encuesta ➤ Observación <p style="text-align: center;">Instrumentos</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Cuestionario de encuesta.
	Resultados	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tasa de rendimiento. ✓ Número de actividades ejecutadas. ✓ Porcentaje de Cumplimiento de objetivos y metas. 	
	Estrategias	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Número de planes orientados a la motivación. ✓ Número de necesidades individuales. ✓ Número de procedimientos de control. 	

ANEXO 3
Matriz de operacionalización de variable dependiente

VARIABLE DEPENDIENTE: EL LIDERAZGO			
Conceptualización	Categoría	Indicadores	Técnicas e instrumentos
El liderazgo es una serie de competencias profesionales que tienen como intención el desarrollo competencial de otros individuos para, mediante el uso de una comunicación eficiente, dirigirlos óptimamente en sus procesos hacia la consecución de las metas y objetivos marcados por una determinada estrategia. (Fuentes, 2019)	Competencias	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificación de las Destrezas ✓ Nivel del Desempeño ✓ Nivel de conocimiento. 	<p style="text-align: center;">Técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Encuesta ➤ Observación <p style="text-align: center;">Instrumentos</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Cuestionario de encuesta. ➤ Ficha de observación.
	Desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nivel de metas cumplidas. ✓ Medir los riesgos ✓ Generación del respectivo plan operativo 	
	Procesos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Porcentaje en incentivo salarial. ✓ Niveles de productividad alcanzado ✓ Presupuesto de capacitaciones anual. 	

ANEXO 4
ENCUESTA APLICADA AL PERSONAL DE LA EMPRESA SERVITEXTIL
CONFECCIONES



Universidad Nacional de Chimborazo
Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas
Carrera de Administración de Empresas

Encuesta dirigida a los administrativos y trabajadores de la empresa “Servitextil
Confecciones” de la ciudad de Riobamba

INDICACIONES GENERALES: Por favor responda una sola alternativa de cada una de las preguntas.

Cuestionario

1. ¿ La gestión gerencial en la empresa Servitextil Confecciones es respaldada por un liderazgo efectivo donde la gerente es una persona razonable y comunicativa?
Siempre ()
Casi siempre ()
A veces ()
Nunca ()

2. ¿ La gestión gerencial en Servitextil Confecciones fomenta el liderazgo a través de orientaciones y estrategias para el desarrollo empresarial?
Siempre ()
Casi siempre ()
A veces ()
Nunca ()

3. ¿Qué tan positiva es la gestión gerencial cuando recibe sugerencia de los trabajadores y forman equipos de trabajo?
Excelentemente positivo ()
Muy positivo ()
Poco positivo ()
Nada positivo ()

4. ¿Las expectativas del líder son objetivas y reciben el apoyo del personal de la empresa?
Muy objetivas ()
Objetivas ()
Poco objetivas ()
Nada objetivas ()

5. ¿Qué tan eficiente es la gestión gerencial en el accionar interno y externo de la empresa Servitextil Confecciones?
Muy eficiente ()
Eficiente ()

- Poco eficiente ()
 Nada eficiente ()
6. ¿ En Servitextil confecciones con el fin de mejorar la gestión gerencial y liderazgo la líder maneja elementos de motivación e incentivos a los trabajadores?
 Siempre ()
 Casi siempre ()
 A veces ()
 Nunca ()
7. ¿ La gestión gerencial en la empresa Servitextil Confecciones permite la realización de planificación con objetivos y metas para largo plazo para fortalecer el liderazgo?
 Siempre ()
 Casi siempre ()
 A veces ()
 Nunca ()
8. ¿Todos los empleados de la empresa "Servitextil Confecciones" cuentan con conocimientos de liderazgo empresarial?
 Si ()
 No ()
9. ¿El personal de trabajo de "Servitextil Confecciones" conocen la visión de la empresa?
 Si ()
 No ()
10. ¿La gestión gerencial en Servitextil Confecciones permite plantear eficientes estrategias de mercadeo para impulsar su liderazgo?
 Siempre ()
 Casi siempre ()
 A veces ()
 Nunca ()
11. ¿Conoce usted de la existencia de un organigrama estructural de la empresa?
 Si ()
 No ()
12. ¿La empresa "Servitextil Confecciones" promueve un liderazgo que motive la innovación y agilidad mediante la gestión gerencial?
 Siempre ()
 Casi siempre ()
 A veces ()
 Nunca ()
13. ¿La empresa "Servitextil Confecciones" promueve la competitividad por medio estrategias de gestión gerencial y el liderazgo a través de la difusión por diferentes medios de comunicación o redes sociales?
 Siempre ()
 Casi siempre ()
 A veces ()
 Nunca ()

ANEXO 5

FICHA DE LA CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS

FICHA DE PROCESOS	
SERVITEXTIL CONFECCIONES	
Objeto	Desarrollar procesos administrativos con eficiencia y eficacia mediante la planificación, utilización de recursos humanos, financieros y materiales para alcanzar el liderazgo empresarial.
Responsables	Sr.
Alcance	Inicio Desde un enfoque global de organización, planificación y los requerimientos de personal y sus necesidades
	Final Hasta el desarrollo y ejecución de los programas que fortalezcan la categorización de marketing, finanzas, contabilidad, personal tendiente a mejorar la competencia empresarial.
Elementos de entrada	Materia prima: Documentos. Información (Tics)
Elementos de salida	Información: Materiales. Ropa deportiva:
Partes interesadas	
Controles al proceso	Registros legales: Código de Trabajo, LOSEP, Reglamento Interno, Ley de consumidor Registro de control de personal Registro de compra y ventas
Registros asociados a este proceso	Cartas a los clientes Cartas a los proveedores Informes trimestrales, semestrales o anuales Procesos contables Registros de facturas recibidas y entregadas
Indicadores del proceso	Gestión de desempeño:

	<p>Liderazgo:</p> <p>Rendimiento:</p> <p>Comunicación:</p> <p>Marketing:</p> <p>Psicología organizacional:</p> <p>Finanzas:</p> <p>Planeación:</p> <p>Competitividad: Estrategias. Organización. Cultura</p> <p>Proveedores:</p> <p>N° de clientes al mes:</p>
<p>Descripción de actividades</p>	<p>PHVA:</p> <p>Planear:</p> <p>Hacer:</p> <p>Verificar:</p> <p>Actuar:</p>
<p>Riesgos de que falle el proceso</p>	<p>Infraestructura:</p> <p>Talento humano:</p> <p>Sistema de información:</p> <p>Enfoque de gestión:</p>

ANEXO 6

FOTOGRAFÍAS

