



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de Investigación previo a la obtención del Título de
Ingeniero de Empresas**

**TEMA: “El liderazgo y su incidencia en el capital
humano de la empresa Miami Sport de la ciudad de
Pelileo.”**

Autor: Edwin Galo Quisintuña Chimborazo

Tutor: Dr. Mg. Jorge Abril Flores

AMBATO – ECUADOR

Mayo 2014



APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación, sobre el Tema: “**El liderazgo y su incidencia en el capital humano de la empresa Miami Sport de la ciudad de Pelileo.**” De Edwin Galo Quisintuña Chimborazo, egresado de la facultad de Ciencias Administrativas, informo que se ha concluido con la investigación observando los parámetros metodológicos y científicos establecidos por la Institución, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo

Ambato, 19 de Noviembre del 2013

Dr. Mg. Jorge Abril

EL TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “**El liderazgo y su incidencia en el capital humano de la empresa Miami Sport de la ciudad de Pelileo.**”, como también de los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este trabajo de grado.

Ambato, 20 Mayo del 2014

Edwin Galo Quisintuña Chimborazo

C.I.180415981-0

EL AUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos Profesores Calificadores, aprueban el presente Trabajo de Investigación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, 20 Mayo del 2014

Para constancia firman

LA COMISIÓN

f-----

ING. MG. CARLOS BELTRAN
MIEMBRO TRIBUNAL

f-----

LIC. MBA. JORGE CERON
MIEMBRO TRIBUNAL

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de investigación, y; según las normas de la Institución. Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Autor

Edwin Galo Quisintuña Chimborazo
C.I. 180415981-0

DEDICATORIA

A Dios por darme la sabiduría y el entendimiento para haber podido llegar a estas instancias de mi vida profesional, por su misericordia y fidelidad al bendecirme en estos años.

Dedico con cariño y amor a mi hermosa madre y padre y todos quienes me han brindado todo su amor y su apoyo incondicional en cada instante de mi vida, inculcándome valores para seguir siempre en el camino del bien.

AGRADECIMIENTO

Inmenso a mis grandes profesores que contribuyeron a mi formación integral dentro de mi carrera y de manera muy especial a los que contribuyeron a que esta investigación pueda culminar.

A todo y cada uno de mis compañeros que fueron hermanos de aula estando incondicionalmente para apoyarme en todos los aspectos de mi vida

ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
DERECHOS DE AUTOR.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTOS.	vii
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	3
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.1. Tema.....	3
1.2. Planteamiento del Problema.....	3
1.2.1. Contextualización.....	3
1.2.2. Análisis Crítico.....	5
1.2.3. Prognosis	6
1.2.4. Formulación el problema	6
1.2.5. Preguntas Directrices	6
1.2.6. Delimitación del objetivo de investigación	7
1.3. Justificación.....	7
1.4. Objetivos	8
1.4.1. Objetivo General	8
1.4.2. Objetivos Específicos.....	8
CAPITULO II	9
2. MARCO TEÓRICO.....	9
2.1. Antecedentes investigativos	9
2.2. Fundamentación filosófica.....	12
2.3. Fundamentación legal	13
2.4. Categorías fundamentales	14

2.4.1. Categorización Variable Independiente: Liderazgo Empresarial	15
2.4.2. Categorización Variable Dependiente: Capital Humano	16
2.5. Hipótesis.....	23
2.6. Señalamiento de Variables de la Hipótesis	23
CAPÍTULO III.....	24
3. MARCO METODOLÓGICO	24
3.1. Enfoque	24
3.2. Modalidad básica de la Investigación	24
3.3. Nivel o tipo de investigación.....	25
3.3.1. Investigación Exploratoria	25
3.3.2. Investigación Descriptiva.....	25
3.3.3. Investigación Correlacional	26
3.4. Población y muestra.	26
3.5. Operacionalización de variables	27
3.5.1. Operacionalización Variable Independiente: Liderazgo Empresarial.....	27
3.5.2. Operacionalización Variable Dependiente: Capital Humano	28
3.6. Plan de recolección de información	29
3.7. Plan de procesamiento de la información	31
CAPITULO IV.....	32
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	32
4.1. Análisis de Resultado.....	32
TABULACION DATOS	33
4.2. Interpretación de datos	46
4.3. Verificación de la hipótesis.....	46
CAPITULO V	51
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	51
5.1. Conclusiones	51
5.2. Recomendaciones.....	52

CAPITULO VI.....	54
6. PROPUESTA.....	54
6.1. Datos informativos.....	54
6.2. Antecedentes de la Propuesta.....	55
6.3. Justificación.....	56
6.4. Objetivos.....	57
6.5. Análisis de factibilidad.....	57
6.6. Fundamentación Científico – Teórico.....	60
6.7. Modelo Operativo.....	64
6.7.1. Programa de Acción.....	75
6.8. Presupuesto.....	78
6.9. Cronograma.....	79
6.10. Evaluación de la propuesta y control del plan.....	80
BIBLIOGRAFÍA.....	81
ANEXOS.....	87
Encuesta Cliente Interno.....	87
ARBOL.....	90

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Personal Interno de la Empresa Miami Sport	26
Tabla 2: Recolección de información	29
Tabla 3 Orientación o Inducción de Miami Sport.....	33
Tabla 4 Cumplimiento de Tareas y Funciones.....	34
Tabla 5 Cumplimiento de los objetivos empresariales	35
Tabla 6 Frecuencia de los objetivos empresariales	36
Tabla 7 Planificación Empresarial	37
Tabla 8 Participación en la toma de decisiones	38
Tabla 9 Efectos del Liderazgo Empresarial	39
Tabla 10 Efectividad de la Comunicación Corporativa	40
Tabla 11 Frecuencia de las capacitaciones.....	41
Tabla 12 Aptitud de los directivos	42
Tabla 13 Innovación Empresarial	43
Tabla 14 Optimización de los Recursos.....	44
Tabla 15 Eficiencia del Personal.....	45
Tabla 16. Frecuencias.....	48
Tabla 17. Estadístico Chi-cuadrado	49
Tabla 18 Prueba para una muestra	50
Tabla 19 Matriz de Monitoreo y Evaluación	80

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Orientación o Inducción de Miami Sport.....	33
Gráfico 2 Cumplimiento de Tareas y Funciones.....	34
Gráfico 3 Cumplimiento de los objetivos empresariales	35
Gráfico 4 Frecuencia de los objetivos empresariales	36
Gráfico 5 Planificación Empresarial	37
Gráfico 6 Participación en la toma de decisiones	38
Gráfico 7 Efectos del Liderazgo Empresarial	39
Gráfico 8 Efectividad de la Comunicación Corporativa	40
Gráfico 9 Frecuencia de las capacitaciones	41
Gráfico 10 Aptitud de los directivos	42
Gráfico 11 Innovación Empresarial	43
Gráfico 12 Optimización de los Recursos.....	44
Gráfico 13 Eficiencia del Personal.....	45

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 MODELO DE LIDERAZGO EMPRESARIAL.....	60
---	----

RESUMEN EJECUTIVO

El Sr. Emiliano Alfonso Medina Llerena fue el creador de la prestigiosa empresa localizada en la provincia de Tungurahua, la cual fue llamada Miami Sport, una empresa dedicada a brindar textiles a base de jean de calidad, los cuales son conocidos por la zona centro y por la ciudad de Ambato.

Esta empresa Miami Sport fábrica, brinda servicio, fabrica y distribuye sus productos desde el Cantón Pelileo en la Avenida Padre Chacón y 22 de Julio. Pelileo siendo una ciudad destacada por la fabricación de textiles en base a tela jean; por lo cual es conocida como la ciudad “Celeste”.

Por otro lado Miami Sport con gran tiempo de estar en el mercado como toda empresa con el trascurso del tiempo se detectó un problema que inciden en ella que es el liderazgo empresarial, ya que se observó que en su empresa no se evidenciaba el liderazgo en el cliente interno y a su vez el gerente no lo aplicaba de la mejor manera.

El liderazgo en si es considerado un tema de suma importancia en toda actividad tanto económica, cultural, social, política o económica; por lo cual mucho más en una empresa en la que trabajan varias personas las que deben ser guiadas por un líder y estas tomar gran ejemplo de estas personas que las guían para realizar un buen trabajo.

Además que esto afecta en el capital humano que es el factor esencial de la empresa, ya que se necesita un capital humano con actitud, con visión, entusiasta permanente, que se capaz de ser el primero en tomar acción y proactivo como forma de ser.

Palabras claves: Liderazgo, Incidencia, Capital Humano.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación es realizado en base a un problema detectado en la Empresa Miami Sport a partir de un concreto y adecuado análisis, como es el limitado liderazgo que influye en el capital humano.

En el primer capítulo se determina el problema de investigación y se analiza toda la problemática existente que es limitado liderazgo empresarial y el capital humano de la empresa, se plantean además los objetivos generales y específicos, tanto como la contextualización para conocer más de cerca el problema de la investigación.

En el segundo capítulo se establece el marco teórico por medio de la fundamentación de la investigación en base a los antecedentes de otras investigaciones científicas, fundamentaciones legales y el análisis conveniente de cada una de las variables determinadas de la investigación como la variable independiente: liderazgo empresarial y variable dependiente: capital humano.

Además como parte del tercer capítulo se determina el marco metodológico con el enfoque, la modalidad, el nivel y los métodos de investigación, algo de muy importancia es la determinación de la población y muestra de los clientes interno que participarán en la encuesta de la investigación y a través de la operacionalización de variables, se determinan las interrogantes del cuestionario- encuesta con sus respectivos indicadores que se aplicarán en el trabajo de campo.

Para sustentar la investigación en el cuarto capítulo se presentan los resultados obtenidos a través del trabajo de campo con sus respectivas tabulaciones, análisis e interpretaciones, además se comprueban las hipótesis planteadas para la investigación: alterna (H_a) y nula (H_o), las mismas que nos ayudarán a tomar la mejor decisión en la investigación ya que por medio de esta se comprueba la validez de la hipótesis y del tema. A partir de esto se realiza el quinto capítulo que se desarrollan las conclusiones y recomendaciones obtenidas.

Finalmente en el último capítulo seis en donde se propone la aplicación de Modelo de Liderazgo empresarial para mejorar el capital humano, en donde se plantea objetivos, estrategias, políticas, dinámica de liderazgo, actividades para fomentar el liderazgo y a su vez una comunicación interna correcta dentro de ella.

CAPITULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Tema

“El Liderazgo empresarial y su incidencia en el capital humano de la empresa Miami Sport de la ciudad de Pelileo”

1.2. Planteamiento del Problema

El inadecuado Liderazgo empresarial y su incidencia en el capital humano de la empresa Miami Sport de la ciudad de Pelileo en el 2013.

1.2.1. Contextualización

Dentro del mundo empresarial el desarrollo de habilidades relativas a la inteligencia emocional le da al individuo herramientas para mejorar su desempeño. Es el manejo inteligente de las emociones lo que eventualmente va a garantizarle el éxito dentro de la organización, ya que es lo que le va a facilitar la creatividad, motivación y seguridad.

Vivimos en un mundo globalizado y cambiante. No existe ser viviente que no cambie y se mueva; el cambio constante es la esencia de la existencia en sí misma. Se pudiera decir que el presente se convierte en pasado y que ambos determinan el futuro. Oscar Wilde expresó en su libro *Soul of Man Under Socialism* (El alma del hombre bajo el socialismo): "Lo único que realmente sabemos sobre la naturaleza del hombre es que cambia. El cambio es la única cualidad que se puede proclamar sobre ella. Los sistemas que fracasan son aquellos que depositan su confianza en la permanencia de la naturaleza humana y no en su crecimiento y desarrollo".

Macro

Las empresas latinoamericanas necesitan líderes fuertes que sean flexibles y capaces de manejar los cambios dramáticos frecuentes en la región“, opina Dora Onaindia, Directora de la práctica de Liderazgo y Talento para Sudamérica. “Sobre todo, las empresas en la región valoran a los líderes que pueden mantener una visión a largo plazo mientras se ocupan de manera eficiente y rentable del corto plazo”, completa Dora.

Aun cuando gestionan de manera activa las diferencias culturales entre países y regiones, en comparación con sus pares globales, las empresas latinoamericanas tienen un largo camino por recorrer para ayudar a los líderes a aprovechar al máximo las culturas locales.

La complejidad interna (es decir, organizaciones matriciales, relación matriz/filial, etc.) es común en la región. Todas las 10 mejores empresas latinoamericanas tienen programas que requieren que los líderes adquieran experiencia en diferentes partes de la organización, mientras que el 80 por ciento de las 20 mejores empresas globales lo hace. A pesar de ello, los mecanismos de colaboración de las mejores empresas de la región son menos ágiles que los de las mejores 20 a nivel global. Pocos líderes de las filiales participan en las decisiones de la casa matriz y es menos probable que las mejores prácticas locales se compartan a través de la organización. Las 10 mejores empresas latinoamericanas también dan una autonomía menor a sus filiales que las 20 mejores empresas globales.

Meso

En ese marco, Colombia y en particular las empresas colombianas fueron destacadas por el liderazgo que han ejercido para llevar a sus compañías a tener altos niveles de competitividad en la región, a pesar de las dificultades de su entorno.

Micro

La capacidad empresarial en Ecuador es alta, como muestra de ello están muchas empresas grandes, medianas o pequeñas que se han formado, mantenido e inclusive crecido a pesar de todos los cambios que se han dado. Cambios marcados por la inestabilidad política, económica y social, y en los que las tendencias políticas de derecha, de izquierda o de centro han determinado en su tiempo el establecimiento de modelos económicos con componentes de apertura de mercados a protección de los mismos, los que han generado en muchas ocasiones distorsiones económicas y debacles financieras; sin embargo las empresas se han adaptado, sostenido, crecido y se han constituido en uno de los motores más importante de la economía. Siendo la empresa en Ecuador un elemento determinante para el desarrollo, debemos pensar en la importancia que tiene su capacidad de liderazgo, entendiéndose por ello la capacidad que tiene la misma empresa, el sector empresarial y sus líderes, de influir positivamente en los ecuatorianos para la construcción de redes virtuosas que permitan atender adecuadamente, brindando bienes o servicios variados.

1.2.2. Análisis Crítico

En la Empresa Miami Sport se ha dado el deficiente trabajo en equipo por años lo cual ha ido afectando de gran manera a la empresa, además esto influye en los trabajadores de forma negativa porque permite que no haya compañerismo. La empresa fomenta que entre los trabajadores exista un ambiente no adecuado y agradable por ende se obtienen malos resultados.

De igual manera el desconocimiento de dirigencia empresarial influye a que la empresa siga teniendo problemas mucho más si el gerente y autoridades no saben cómo dirigir

una empresa, lo cual es muy importante ya que depende de ellos para que lo demás del personal aprenda de ellos y puedan ser guiados.

Esto también se ha visto causado por la falta de comunicación interna ya que los clientes internos de la empresa Miami Sport no conocen sobre el beneficio de la comunicación constante tanto con el personal de su mismo rango y con altos rangos.

1.2.3. Prognosis

Si la problemática sigue persistiendo puede provocarse el incumplimiento de actividades empresariales, lo cual llevaría a un caos a la empresa ya que a la vez no se cumplirían los objetivos establecidos y además afecta a la producción y por ende habría pérdida de clientes.

Además esto conllevaría a que se origine una desorganización del personal y sus funciones; cada uno haría trabajo individual y no trabajarían en conjunto para poder intercambiar información y poder saber la situación de la empresa.

Por otro lado la carencia de una correcta información que dificulta el desarrollo de las tareas de la empresa Miami Sport. Y por ende afectaría a la actitud proactiva del personal y de los jefes.

1.2.4. Formulación el problema

¿Cómo incide el limitado Liderazgo y su incidencia en el capital humano en la Empresa Miami Sport de la ciudad de Pelileo en el 2013?

1.2.5. Preguntas Directrices

- ¿Cuáles son los factores que influyen en el liderazgo de la empresa Miami Sport?
- ¿Cuán importante es el capital Humano en la empresa Miami Sport?
- ¿Cómo influye el liderazgo en el capital humano de la empresa Miami Sport?

1.2.6. Delimitación del objetivo de investigación

- **Delimitación de contenido:**

CAMPO: Administración

ÁREA: Recursos Humanos

ASPECTO: Liderazgo

- **Delimitación espacial:** Esta investigación se realizará con los clientes internos de la Empresa Miami Sport, de la ciudad de Pelileo.
- **Delimitación temporal:** Este problema será estudiado en el período comprendido entre los meses de Junio a Diciembre del 2013.

1.3. Justificación

Para el investigador resulta importante e interesante investigar este problema, ya que por medio de este podrá aplicar todos los conocimientos adquiridos en la Facultad de Ciencias Administrativas de la prestigiosa Universidad Técnica de Ambato y así obtener el Título de Ingeniería en Administración de Empresas.

Para toda empresa Miami Sport resulta de interés investigar problemas como el planteado, ya que permitirá descubrir cómo influye el Liderazgo empresarial en el capital humano, es muy importante conocer esto, porque a su vez la empresa podrá obtener y dotarse de un talento humano capacitado con un capital intelectual de excelencia.

Se considera que el tema planteado en el presente trabajo de investigación representa una novedad entre las empresas, ya que toda empresa necesita un talento humano

El trabajo de investigación pretende ofrecer una alternativa de solución al problema planteado, ya que el liderazgo empresarial es muy importante en esta empresa fabricante

de ropa jean la cual debe estar comunicada en cada momento y a su vez trabajar en conjunto con el capital humano de Miami Sport.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Diagnosticar el liderazgo empresarial adecuado que aporte al capital humano de la Empresa Miami Sport de la ciudad de Pelileo.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Determinar cómo influye el liderazgo empresarial en la Empresa Miami Sport
- Establecer la importancia del capital humano en la Empresa Miami Sport
- Diseñar un Modelo de Liderazgo que aporte al capital humano en la Empresa Miami Sport

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes investigativos

(Carrillo, 2010, págs. 34-45) “Liderazgo Empresarial: Visto desde una Perspectiva de Comunicación Organizacional”.

Objetivo General

Identificar de qué forma los propietarios de la PYMES colombianas del sector BPO (Business Process Outsourcing) desarrolla competencias de liderazgo organizacional, y analizar como el impacto de la comunicación organizacional influye en la productividad de las mismas.

Conclusiones

Después de realizado el presente trabajo de investigación se puede llegar a la conclusión que en Bogotá hace falta una política eficiente a implementar dentro de las

organizaciones, en el caso específico, de las pymes del sector BPO (Business Process Outsourcing), respecto al tema de liderazgo y comunicación organizacional. La importancia de dicha implementación radica principalmente del hecho de que en la capital de la república el sector de las empresas que prestan servicios de BPO (Business Process Outsourcing) son en su mayoría extranjeras; por lo tanto, si las pocas empresas colombianas que se dedican a actividades de este tipo quieren ser competitivas dentro de este sector deberán esforzarse por ser cada día más eficientes y en esto, tanto el liderazgo como la comunicación organizacional son claves para obtener todas las metas y objetivos tanto a nivel administrativo, como comercial y económico que se plantea la organización.

También cabe recalcar que en el desarrollo tanto de la encuesta como de la entrevista los resultados de las mismas en lo referente a las respuestas se pudo ver afectado por variables entre las que se pueden mencionar: la falta de tiempo de los encuestados para lograr responder a las preguntas, lo mismo que el desconocimiento de los objetivos del diagnóstico por algunos de los integrantes de la muestra seleccionada.

(Echanique, 2010, págs. 23-54) Liderazgo para la Transformación e Innovación Empresarial: una exploración práctica desde la perspectiva de consultoría estratégica

Objetivo Principal

El objetivo principal de este trabajo es desarrollar una investigación "exploratoria" sobre la relación entre liderazgo, transformación e innovación e indagar en las relaciones que existen entre los mismos.

Conclusiones

Conclusiones a las cuales hemos llegado en esta investigación, queremos recordar su naturaleza de carácter exploratorio, de manera que visualizamos nuestras conclusiones de cierta forma reflexivas, estimulando el debate tanto teórico como práctico en las disciplinas que convergen en torno al tema de liderazgo en cambios organizacionales. A

continuación presentación lo que consideramos deben ser los grupos temáticos de debate.

Perspectiva Amplia y Flexible sobre los Estilos de Liderazgo. Planteamos una perspectiva no sólo complementaria de las definiciones de líder transformacional y transaccional sino una visión “potenciadora” de dichos conceptos para generar un marco que plantee una dualidad.

Adicionalmente planteamos una potencial convivencia de estilos de liderazgo como ADBLf y los estilos o tipos de líderes.

Recomendaciones generales

Hemos identificado una serie de recomendaciones que están relacionadas con la continuidad de la investigación y de la mejora de su validez

- Establecer la investigación como base de una futura investigación más rigurosa y específica/profunda.
- Eliminar las brechas metodológicas apreciadas en las limitaciones expuestas.

(Maroto, 2012, págs. 33-56) “El Liderazgo Y Su Incidencia En El Servicio Al Cliente De La Escuela De Conducción Para Conductores No Profesionales De Pelileo Escudecomp S.A.”

Objetivo General

Determinar las técnicas de liderazgo para mejorar el servicio al cliente en empresa ESCUDECONP S.A. del Cantón Pelileo.

Conclusiones

- Se determina en la investigación efectuada que la gestión de la empresa es buena, debido a que se ha sabido posicionar en el mercado local.

- Se evidencia que el actual liderazgo que se establece en la empresa para los clientes es malo, porque no se cumple con las expectativas de los usuarios.
- En la información recolectada se evidencia que la actitud con la que se proporciona a la información es negativa, lo cual genera en el cliente insatisfacción.

Recomendaciones

- La empresa debe fortalecer su gestión administrativa y trabajar bajo enfoques técnicos que le permitan logar ventajas competitivas en el mercado.
- Se debe establecer un liderazgo integral en cada área de la empresa, con la finalidad de generar en el personal un alto compromiso a la atención personalizada al cliente.
- Es necesario que en la empresa se establezca una gestión de atención al cliente basada en parámetros de calidad para así proyectar una imagen de eficiencia organizacional.

2.2. Fundamentación filosófica.

El desarrollo de la investigación se fundamentara en el paradigma Crítico-Propositivo ya que se basa en la realidad y en el ámbito social este a la vez contribuye al cambio en relación con los clientes internos y la empresa Miami Sport.

Desde el enfoque epistemológico la presente investigación nos trasladará a conceptualizar la variable independiente de Liderazgo empresarial, y la variable dependiente que es el capital humano de la Empresa Miami Sport, y así poder analizar la situación y otros factores que influyas en estas variables.

Desde el punto de vista ontológico, conociendo la realidad del problema se pretende proponer una posible solución del problema mediante la aplicación de un adecuado liderazgo empresarial para que aporte beneficios al capital humano y el desarrollo efectivo de la empresa Miami Sport.

Desde el punto de vista axiológico se pretende desarrollar valores y principios corporativos, los que favorezcan a la aplicación de un adecuado liderazgo empresarial y así como también aportar al capital humano.

Desde el punto de vista metodológico se aplicará los siguientes métodos: Bibliográfico y de campo; ya que esto nos permite analizar la información escrita obtenida de documentos, manipular las variables del liderazgo empresarial y el capital humano para obtener conocimiento del problemas así como también proponer las mejores alternativas y tomar optimas decisiones.

2.3. Fundamentación legal

LEY DE SEGURIDAD SOCIAL

Art. 10.- REGLAS DE PROTECCION Y EXCLUSION

En la aplicación de los programas de aseguramiento obligatorio, se observarán las siguientes reglas de protección y exclusión:

- a. El trabajador en relación de dependencia estará protegido contra todas las contingencias enunciadas en el artículo 3 de esta Ley.
- b. El trabajador autónomo, el profesional en libre ejercicio, el administrador o patrono de un negocio, el dueño de una empresa unipersonal, el menor independiente, que voluntariamente se afiliaren al IESS, estarán protegidos contra todas las contingencias enunciadas en el artículo 3 de esta Ley, excepto la de cesantía.
- c. Todos los afiliados al Seguro Social recibirán prestaciones de salud, incluida maternidad. El jefe de familia estará protegido contra las contingencias de vejez, muerte, e invalidez que incluye discapacidad;

CÓDIGO DE TRABAJO

El Código de Trabajo regula las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo.

Las normas relativas al trabajo contenidas en leyes especiales o en convenios internacionales ratificados por el Ecuador, serán aplicadas en los casos específicos a las que ellas se refieren.

Art. 126.- Consideraciones para las fijaciones de sueldos, salarios y remuneraciones básicas mínimas unificadas

Para la fijación de sueldos, salarios y remuneraciones básicas mínimas unificadas las comisiones tendrán en cuenta:

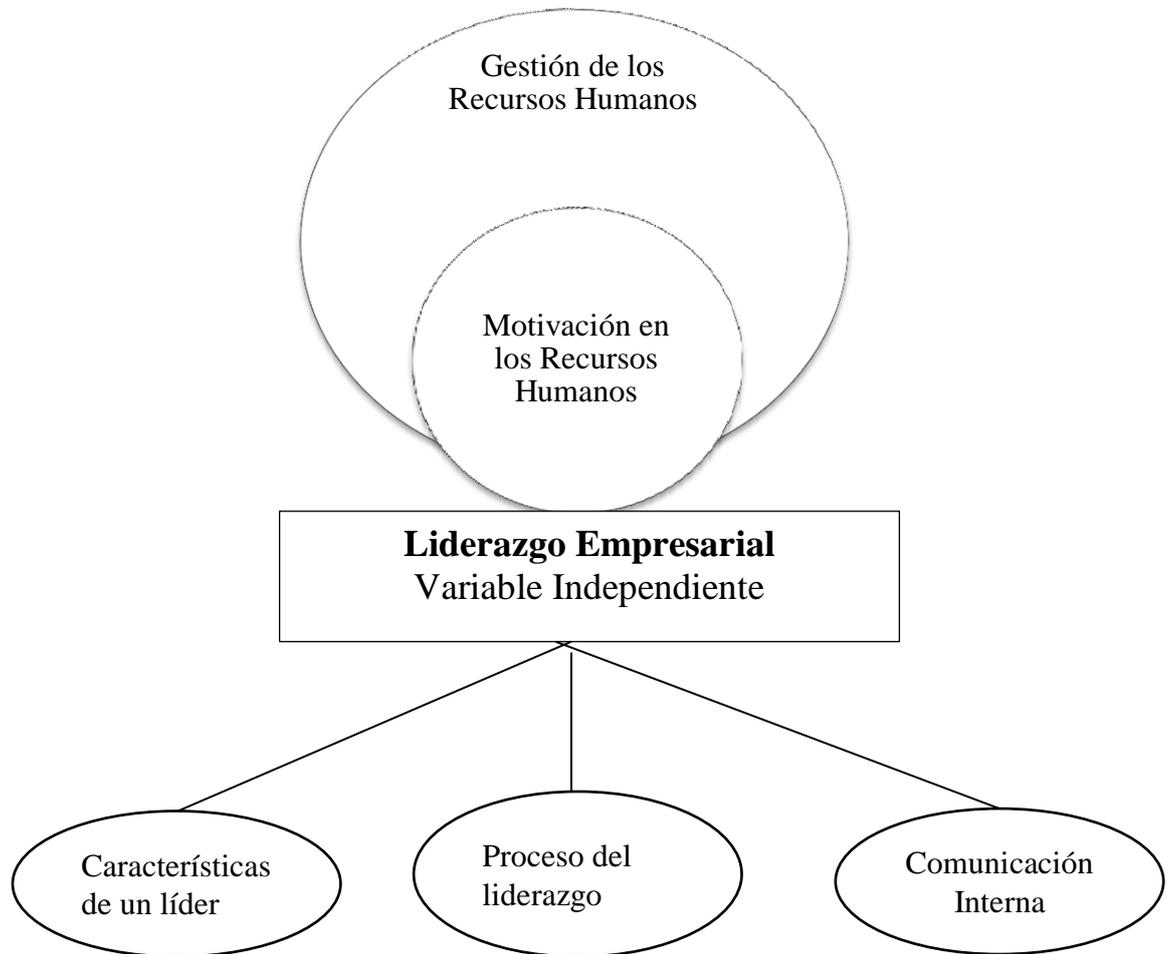
1. Que el sueldo, salario o remuneración básica mínima unificada baste para satisfacer las necesidades normales de la vida del trabajador, considerándole como jefe de familia y atendiendo a las condiciones económicas y sociales de la circunscripción territorial para la que fuere a fijarse.
2. El rendimiento efectivo del trabajo.
3. Las sugerencias y motivaciones de los interesados, tanto empleadores como trabajadores.

Análisis

Se han tomado estas leyes, reglamentos y códigos ya que están vinculadas directamente con el cliente interno de la empresa Miami Sport, y que a la vez buscan el bienestar de este. Ya que en esto se fomenta que en las empresas exista y sean tomadas en cuenta las sugerencia y motivaciones de los interesados; además que se pretende dar un nivel de calidad de trabajo alto tanto como las instalaciones de cada empresa.

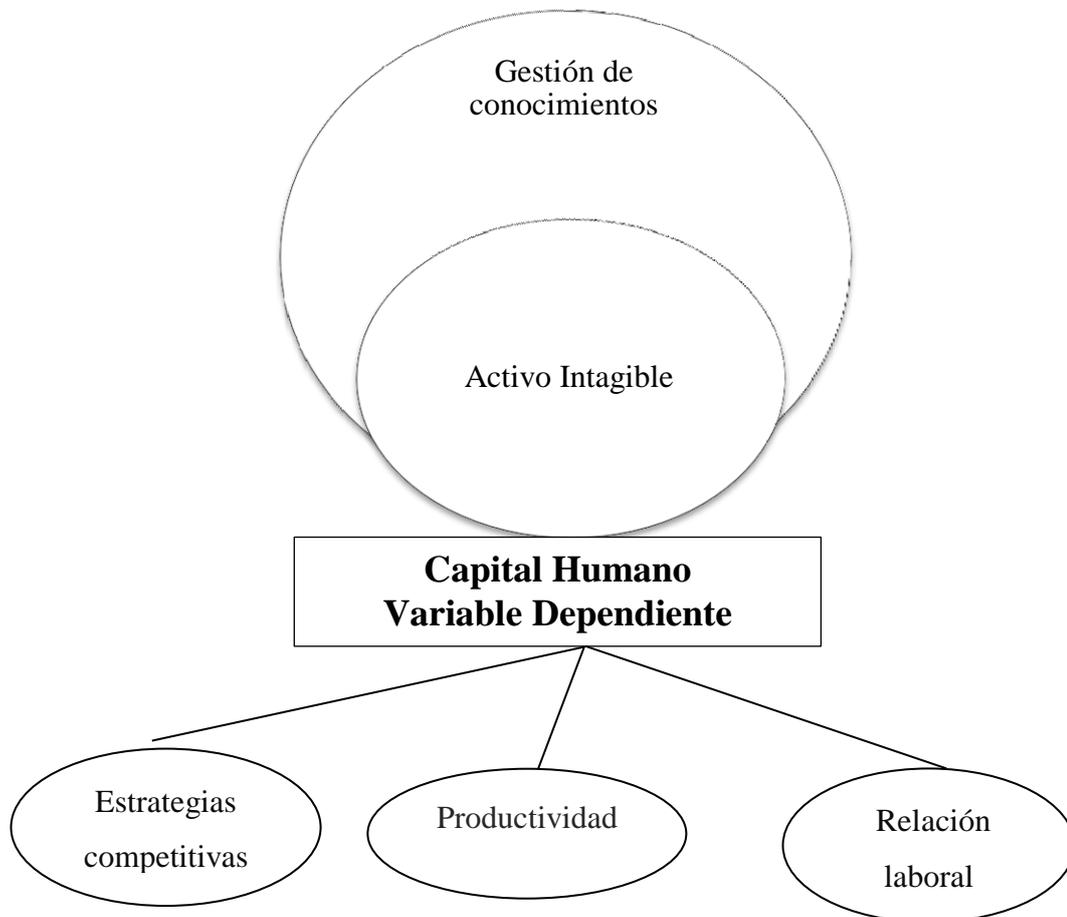
2.4. Categorías fundamentales

2.4.1. Categorización Variable Independiente: Liderazgo Empresarial



Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

2.4.2. Categorización Variable Dependiente: Capital Humano



Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

LIDERAZGO EMPRESARIAL

(Nanus, 2009) Establece que es la fuerza central de las organización de éxito y de que, para crear viales y vitales, para desarrollar una nueva visión. Por su parte (Ibáñez, 2008, pág. 28) indica que es un proceso donde a partir del poder motivador apoya a los demás para que se cumplan las metas en la organización. Además (Peres, 2007, pág. 291) añade que es un factor que combina aspectos intangibles como la capacidad de gestión, la imagen, la reputación y factores económicos.

Por lo tanto se define que el liderazgo empresarial es la capacidad de guiar a la organización al éxito por medio del cumplimiento de objetivos y metas con la participación de todo el personal para la obtención de excelentes resultados.

MOTIVACIÓN EN LOS RECURSOS HUMANOS

(Gordon, 2008)La motivación está constituida por todos los factores capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo; por su parte (Borell, 2007) añade que a motivación del personal se constituye en un medio importante para apuntalar el desarrollo personal de los trabajadores y, por ende, mejorar la productividad en la empresa. También (Armstrong, 2006, pág. 296) indica que la motivación de los recursos humanos consiste fundamentalmente en mantener culturas y valores corporativos que conduzcan a un alto desempeño.

Se determina que la motivación es un factor muy importante en el personal de una empresa ya que esta actuara de manera eficaz en el actuar y el compromiso con la empresa, además para mejor la productividad y el cumplimiento de objetivos.

GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS

(Davis, 2007) Añade que es un proceso que se aplica al crecimiento y la conservación del esfuerzo y las expectativas de los miembros de dicha organización en beneficio absoluto del individuo y de la propia empresa y por su parte (Aguirre Sábada, 2007) indica que basa en planear, organizar, desarrollar y controlar aquellas técnicas capaces de promover un desempeño eficiente por parte del personal empleado.

La gestión de recursos humanos es un proceso sistemático que se aplica en la empresa con respecto al talento humano que esta posee, con el objetivo del crecimiento profesional y personal del cliente interno.

CARACTERÍSTICAS DE UN LÍDER

Analiza (O'Leary, 2011) que las cualidades de los líderes es el poder para tomar decisiones, sobre todo bajo presión cuando se enfrente a una decisión difícil, recurra a los conocimientos mencionados en esta lista, su positivismo puede y debe representar a los empleados que han puesto su confianza en usted, además (Cabrera, 2009) añade que el ser realista, pero no fatalista, también no sólo sirve para mostrar estos logros a los demás, sino para emplearlos en consolidar la autoconfianza en sus capacidades y debe establecer unas metas que lleven a la empresa en una dirección determinada. Por otro lado (Palmar, 2010) considera que un verdadero líder debe tener carácter de miembro del grupo que encabeza, debe conocer y trazar los objetivos comunes, poseer rasgos predominantes, organizar, pero además hay que dirigir, vigilar y motivar a los miembros del grupo a lograr determinadas acciones según las necesidades que se tengan, tener carisma, demostrar que se tiene verdadera capacidad para ser líder, aceptan la responsabilidad por su éxito, aprenden a desarrollar sus potencialidades y talentos, son personas de acción.

Las características fundamentales de un líder son tener carisma, optimismo, confianza en sí mismo, seguridad, tener capacidades, trazarse objetivos e identificar las necesidades del grupo que dirige.

PROCESO DE UN LÍDER

(Ketterer, 2012) establece que ser buen líder no es fácil y que además cada situación requiere de un líder distinto, se reconoce que la inteligencia intelectual y el talento son requisitos que no se trazan en la actualidad cuando hablamos de puestos de importancia, pero advierte no resulta una “condición” suficiente para ser un líder, mientras que la inteligencia emocional sí lo es; también (Clement., 2011) añade que cuando tenemos una motivación real y esta motivación es una persona o un sueño, somos capaces de llegar a donde queremos a condición de no tirar la toalla hasta que aparece un obstáculo; (Amortegui, 2011) manifiesta que el proceso consiste en que se debe ser un buen consejero un gran amigo que ayude a sus semejantes y que se esfuerce mucho más que ellos para sobresalir, sin embargo el líder es parte del grupo y no toma decisiones imponentes, si no que propone y tiene en cuenta el punto de vista de cada persona en su grupo.

El proceso de un líder debe ser continuo ya que la persona debe poseer de algunas características como brindar su ayuda y sus consejos, es quien puede controlar mejor las cosas, es esa persona confiable e inteligente que puede brindar sus conocimientos al grupo.

COMUNICACIÓN INTERNA

(Cruz F. N., 2006) determina que es conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales; (Ongallo, 2007) añade que es un proceso continuo transversal para la creación de valor en la cultura organizativa; por su parte (González, 2008) manifiesta que es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar

a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido.

La comunicación interna es muy importante en la empresa ya que esta es la comunicación entre los clientes internos o el persona, este mantendrá las buenas relaciones y a obtener la adecuada información entre los empleados.

CAPITAL HUMANO

Según (Fischer, 2011) es el valor del potencial de obtención de renta que poseen los individuos, incluye la capacidad y el talento innatos, así como la educación y las calificaciones adquiridas. Por otro lado (OCDE, 2007) indica que es la mezcla de aptitudes y habilidades innatas a las personas, así como la calificación y el aprendizaje que adquieren en la educación y la capacitación. (Ospina) añade que una persona es capaz de poner en acción productiva con un amplio rango de habilidades y capacidades. Además (David, 2004) contribuye a la aportación de innovación y la empleabilidad de una persona, y este es desarrollado por medio de las constantes capacitaciones y actividades de aprendizaje.

El capital humano se entiende que es al activo intangible de una empresa que consta por el conjunto de capacidades, habilidades, talentos, aptitudes y de la productividad de las personas que trabajen en una organización.

ACTIVO INTAGIBLE

(Cardona, 2009) considera que es un conjunto de bienes inmateriales, representados en derechos, privilegios o ventajas de competencia que son valiosos porque contribuyen a un aumento en ingresos o utilidades por medio de su empleo en el ente económico; estos derechos se compran o se desarrollan en el curso normal de los negocios, (Dopico,

2008, pág. 31) señala que es el conjunto de recursos, capacidades difíciles de intercambiar y que confieren a la empresa su ventaja competitiva. Además (International Accounty Stradard Board, 2011) manifiesta que esta no es de carácter monetario y sin apariencia física que se tiene para ser utilizado en la producción o suministros de bienes servicios.

Son las capacidades y recursos cuando comienzan a trabajar en equipo el personal de la empresa que es parte de la ventaja competitiva de esta, las cuales van desarrollando conocimientos que serán de provecho para el cumplimiento de actividades y tareas.

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

Según (Solano, 2010, pág. 23) es la transformación del conocimiento en negocios, mediante la transformación de información; por otro lado (Sveiby, 2009) indica que “es el arte de crear valor mediante el afianzamiento de los activo intangibles, además (Archanco, 2011) añade que es un proceso que facilita la trasmisión de informaciones y habilidades a sus empleados, de una manera sistemática y eficiente.

Por ende se entiende que la gestión del conocimiento es parte de los activos intangible que forma parte de la transformación de información por medio de las habilidades y capacidades para tener un proceso de comunicación eficiente y una interacción constante con todo el personal.

ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

(Porter, 2010) describe como las acciones ofensivas o defensivas de una empresa para crear una posición defendible dentro de una industria; por el contrario (Cruz L. , 2008) indica que estas tiene el propósito de definir acciones que se deben emprender para obtener bueno resultados frente a la competencia, además (Linch, 2006) añade que es una amplia formula de cómo la empresa va a competir, cuáles deben ser sus objetivos y qué políticas serán necesarias para alcanzar tales objetivos.

Al analizar a los autores se determina que las estrategias competitivas son el conjunto de actividades que se ejecutan con la finalidad de diferenciarse empresarialmente en el marco de un entorno abierto procurando desarrollar una cultura empresarial que apoye las ventajas competitivas que la empresa tiene.

PRODUCTIVIDAD

(Gestión, 2010) indica que es la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados; añade (Ruiz G. , 2013) que “es la relación entre la producción obtenida por un sistema de fabricación de bienes o servicios y los recursos utilizados para obtenerla”. Generalmente se mide la productividad del trabajo; por parte (Mancheno, 2011) menciona que este se mide con la eficiencia de los ejecutivos y en todos aquellos puestos en que los resultados dependan del aprovechamiento idóneo de los recursos, pueden establecer comparaciones, si todas las demás circunstancias son iguales.

La productividad se refiere a la eficiencia de cada uno de las personas que trabajan en una organización y del modo en que llevan a cabo cada una de sus tareas y funciones, ya que de estas depende el resultado óptimo que llegue a obtener la empresa.

RELACIÓN LABORAL

(Gerencie, 2010) define como la relación contractual entre una empresa o persona llamada empleador y una persona natural llamada trabajador o empleado, relación mediante la cual el trabajador pone a disposición del empleador su capacidad física e intelectual para desarrollar una actividad determinada; por su parte (Ruiz V. , 2009) indica que forma en que se adoptan las decisiones para distribuir los frutos de la producción entre los productores y aquellos que proporcionan los medios para que la misma se produzca. Por el contrario (Blanch, 2003, pág. 153) designa que son las

prácticas y reglas entre los asalariados, los empresarios y el estado dentro de una empresa.

Se determina que las relaciones laborales son los vínculos que se establecen en el ámbito del trabajo entre el empleador y el empleado, en la que se establecen normas y reglas para la adecuada comunicación.

2.5. Hipótesis

El manejo de un correcto Modelo de Liderazgo Empresarial aportará al capital humano de la Empresa Miami Sport, de la ciudad de Pelileo.

Formulación Del Problema:

¿Cómo incide el limitado Liderazgo Empresarial en el capital humano de la Empresa Miami Sport, de la ciudad de Pelileo en el año 2013?

2.6. Señalamiento de Variables de la Hipótesis

Variable Independiente:

X = Liderazgo Empresarial

Variable Dependiente:

Y = Capital Humano

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque

El enfoque cuantitativo permitió definir correctamente al problema, su muestra ante los clientes interno, tabulaciones, comenzando de los objetivos claramente definidos, se detalla la hipótesis la cual será aceptada o rechazada mediante pruebas piloto, dicha hipótesis mantendrá una relación funcional entre las variables para el análisis de la información

También esta investigación es de paradigma cualitativa ya que se tiene una perspectiva desde dentro de la empresa y su realidad, tomando en cuentas varios factores interesantes para el análisis e interpretación de la información a adquirir.

3.2. Modalidad básica de la Investigación

3.2.1. Investigación Bibliográfica

Se hará un riguroso análisis de la información y se tomará en cuenta investigaciones previas, en concordancia con el problema de investigación, mediante la utilización de lectura científica, y resúmenes de diferentes documentos como libros, revistas, tesis de grado, artículos de internet, etc., que servirán esencialmente para relacionar el pasado y el estado actual del mismo, con el propósito de adquirir conocimiento de problema y situación actual de la empresa Miami Sport.

3.3. Nivel o tipo de investigación

Existen diferentes formas y métodos para hacer la investigación, como son: Exploratoria, descriptiva, correlacional y bibliográfica.

3.3.1. Investigación Exploratoria

Es un tema nuevo que nos ayudará a investigar y determinar las falencias que incurren con frecuencia dentro de las empresas; esta investigación aportará a tomar decisiones y a desarrollar un plan de responsabilidad social corporativa ya que toda empresa debe tenerlo.

Esta investigación sirve de soporte para el tema de investigación porque luego de obtener una lista de los posibles problemas que existe en el liderazgo empresarial y que está a la vez influye en el capital humano de Miami Sport

3.3.2. Investigación Descriptiva

El estudio descriptivo en la investigación permitió describir las situaciones o eventos, es decir como es y cómo se manifiesta determinados fenómenos. Por tanto en la presente investigación se conocerá y especificará los aspectos que generan el problema.

Para el problema de la Empresa Miami Sport, se ha utilizado como técnica la encuesta semiestructurada personal para los cliente internos de la empresa esto a través de un instrumento como es el cuestionario de preguntas de carácter nominal politónica, las mismas que fueron entregadas en forma personal; para luego registrarles una a una en el programa SPSS y obtener los resultados para su análisis e interpretación.

3.3.3. Investigación Correlacional

El presente análisis se basará en la investigación correlacional, que requiere de un conocimiento de tercer nivel, la misma que tiene como propósito fundamental, Nos permitió comparar entre las dos variables existentes en esta investigación de que el liderazgo empresarial aportará al capital humano de Miami Sport, ya que esto interfiere en la sociedad, clientes interno y por ende los externos y la fomentación de una cultura y ética organizacional en la cooperativa.

3.4. Población y muestra.

En la presente investigación se tomara a toda la población de clientes internos de la Empresa Miami Sport ya que existen solo 14 personas que son parte del personal de la empresa.

Tabla 1 Personal Interno de la Empresa Miami Sport

COMPOSICIÓN	No. PERSONAL
Gerente	1
Auxiliar / secretaria	1
Contadora	1
Jefe de ventas	1
Vendedores	2
Costureras	4
Estampador	1
Empacador	1
Cortadores	2
TOTAL	14

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

3.5. Operacionalización de variables

3.5.1. Operacionalización Variable Independiente: Liderazgo Empresarial

CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS DE INSTRUMENTOS.
Capacidad de guiar a la organización al éxito por medio del cumplimiento de objetivos y metas con la participación de todo el personal para la obtención de excelentes resultados	Guía	Orientación	¿Se proporciona de orientación o inducción al personal en la empresa Miami Sport?	Encuesta- Cuestionario Clientes Internos de Miami Sport
	Cumplimiento	Tareas Objetivos	¿Las tareas y funciones establecidas siempre tienen cumplimiento a cabalidad en la empresa Miami Sport?	
	Objetivos	Propósitos establecidos	¿Los objetivos planteados por la empresa Miami Sport se han llegado a cumplir? ¿La empresa Miami Sport se establece meta u objetivos frecuentemente?	
	Metas	Planificación	¿Está de acuerdo con la planificación que efectúa la empresa Miami Sport?	
	Participación	Toma de decisiones	¿El personal de la empresa Miami Sport participación en la toma de decisiones? ¿Los efectos de aplicar un liderazgo empresarial serían efectivos?	
Resultados		Efectos		

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

3.5.2. Operacionalización Variable Dependiente: Capital Humano

CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS DE INSTRUMENTOS.
Activo intangible de una empresa que consta por el conjunto de capacidades, habilidades, talentos, aptitudes y de la productividad de las personas que trabajen en una organización.	Activo intangible Capacidades Habilidades Talentos Productividad	Comunicación corporativa Conocimientos Capacitación Aptitud Creación Innovación Optimización recursos Eficiencia	¿Qué tan efectiva es la comunicación corporativa en empresa Miami Sport? ¿Qué tan frecuente se realizan capacitaciones en la empresa Miami Sport? ¿Cuál es la aptitud tiene los altos directivos de la empresa Miami Sport? ¿Existe innovación constante en la empresa Miami Sport? ¿Existe un control en la optimización de recursos? ¿Cuán eficiente es el personal de la empresa Miami Sport?	Encuesta- Cuestionario Clientes Internos de Miami Sport

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

3.6. Plan de recolección de información

Para la realización de la presente investigación se utilizó la recolección de información, en la cual se empleará las siguientes técnicas e instrumentos

Tabla 2: Recolección de información

Tipo de Información	Técnica de Información	Instrumentos de Recolección
1 Secundaria	1.1.Lectura Científica	Libros de: Liderazgo Empresarial, Ventajas Competitivas, Gestión del Talento Humano, Motivación empresarial, Compromiso Empresarial, Los líderes y las empresas, Recursos Humanos, Trabajo en Equipo, Gestión del Conocimiento, Comunicación corporativa.
2 Primaria	1.2.Internet 2.1. Observación. 2.2 Encuesta	<ul style="list-style-type: none"> • http://www.sintsys.cl/complexus/revista7/pdf/Alama.pdf • http://www.aliatuniversidades.com.mx/bibliotecasdigitales/pdf/economico_administrativo/Desarrollo_del_capital_humano_en las_org.pdf • www.navarra.es/NR/rdonlyres/D696EFD2.../14carolinacaibano.pdf • www.pwc.com.ar/es/publicaciones/assets/ceo-capitalhumano.pdf Cámara Cuestionario, con preguntas estructuradas, politónicas y dicotónicas

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

Información primaria. Esta información se obtendrá con información directa y exclusiva de la empresa. También con el contacto con el gerente de la empresa y cliente interno. Para así obtener mayor información confidencial que ayude a desarrollar y sustentar la investigación

Información secundaria. Se recolectó de estudios realizados anteriormente, que se encuentran registrados en documentos y material impreso como: libros de, revistas especializadas, informes técnicos de la cooperativa y malas fuentes de información son: bibliotecas, hemerotecas, archivos, centros de documentación e Internet.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Las técnicas e instrumentos que se utilizaran son las siguientes:

ENCUESTA

Se utilizó en la presente investigación un cuestionario el cual será aplicado al cliente interno de la empresa Miami Sport, el cual nos ayudará a recaudar mayor información y a la vez saber qué opinión tiene el personal y además analizar en forma cuantitativa sus respuestas.

3.7. Plan de procesamiento de la información

Es el proceso que permite analizar la información con el fin de obtener las repuestas a las preguntas que se formularon en los instrumentos y presentar los resultados.

Para la aplicación de este plan y su procesamiento de la información se deben seguir varios pasos que se detalla a continuación:

- Depuración de datos, es decir seleccionar la información que se considera válida y la información defectuosa.
- Elaboración de cuadros de las respuestas obtenidas por cada una de las preguntas de la encuesta.
- Codificación, consiste en asignar numero co-relativo a cada una de las categorías que comprende el cuestionario, se trata de cada respuesta del cuestionario de los cuadros de observación, sean representadas por indicaciones numéricas que facilitan la tabulación.
- Tabulación de datos en donde se aplicará las herramientas estadísticas, se ingresara los datos al computador para el procesamiento respectivo.
- Toda la información y datos a utilizarse serán procesados mediante la ayuda de programas de computación como: SPSS, Word y Excel
- Graficar en donde se elabora de forma demostrativa los cuadros obtenidos.

CAPITULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis de Resultado

En el presente trabajo de investigación se utilizó como técnica la encuesta y su instrumento el cuestionario, a los clientes internos de la empresa Miami Sport de la ciudad de Pelileo, el cuestionario consta de 13 preguntas de carácter nominal politónica, a 14 personas que trabajan en la empresa; y se ha procedido a la tabulación de los resultados, utilizando el programa SPSS, Word y Excel y con ello se ha obtenido la siguiente información cuantitativa.

TABULACION DATOS

Pregunta 1 ¿Se proporciona la orientación o inducción al personal en la empresa Miami Sport?

Tabla 3 Orientación o Inducción de Miami Sport

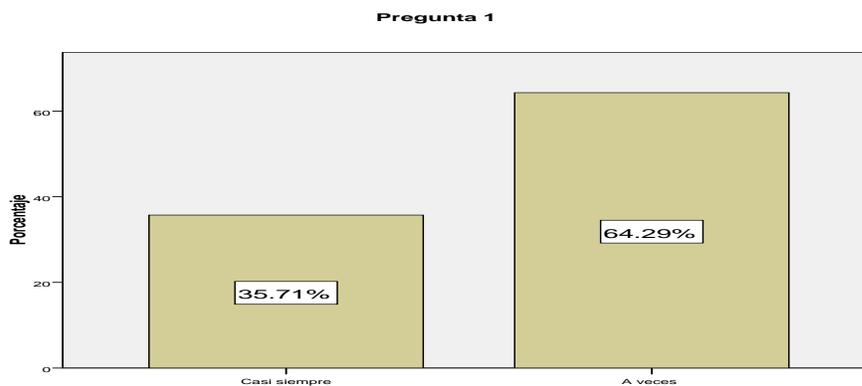
Pregunta 1

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi siempre	5	35,7	35,7	35,7
	A veces	9	64,3	64,3	100,0
	Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

Gráfico 1 Orientación o Inducción de Miami Sport



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados manifiestan el 35.71% que casi siempre se proporciona la inducción y orientación al personal, el 64.29% afirma que a veces.

Por la información recolectada podemos confirmar que si se proporciona la orientación e inducción al personal.

Pregunta 2 ¿Las tareas y funciones establecidas siempre tienen cumplimiento a cabalidad en la empresa Miami Sport?

Tabla 4 Cumplimiento de Tareas y Funciones

Pregunta 2

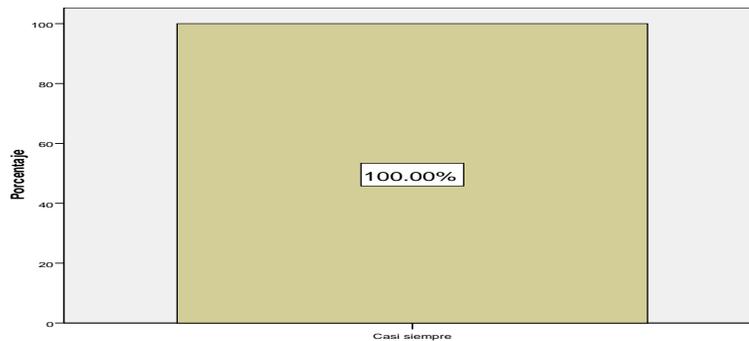
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Casi siempre	14	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

Gráfico 2 Cumplimiento de Tareas y Funciones

Pregunta 2



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados todo manifiestan que casi siempre las tareas y funciones de la empresa se cumplen a cabalidad.

Con esta información podemos detectar que si existe un cumplimiento en las funciones y tareas, pero que se necesita de un control adecuado para que se cumplan en su totalidad.

Pregunta 3 ¿Los objetivos planteados por la empresa Miami Sport se han llegado a cumplir?

Tabla 5 Cumplimiento de los objetivos empresariales

Pregunta 3

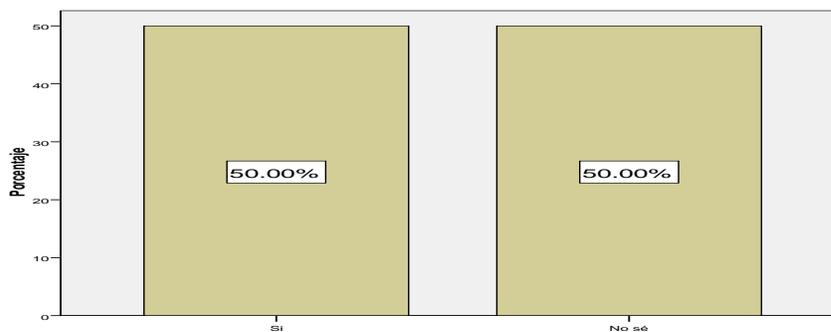
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	7	50,0	50,0	50,0
	No sé	7	50,0	50,0	100,0
	Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

Gráfico 3 Cumplimiento de los objetivos empresariales

Pregunta 3



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

Análisis e Interpretación

Del total de encuestado el 50% afirma que si se cumplen con los objetivos empresariales y el otro 50% manifiesta que no se cumplen.

Podemos evidenciar que el personal de la empresa conoce de los objetivos de la misma y que algunos no se cumplen por lo que se deberá tomar riendas en el asunto para que llegar a efectuarse lo planeado por la empresa.

Pregunta 4 ¿La empresa Miami Sport se establece objetivo o metas frecuentemente?

Tabla 6 Frecuencia de los objetivos empresariales

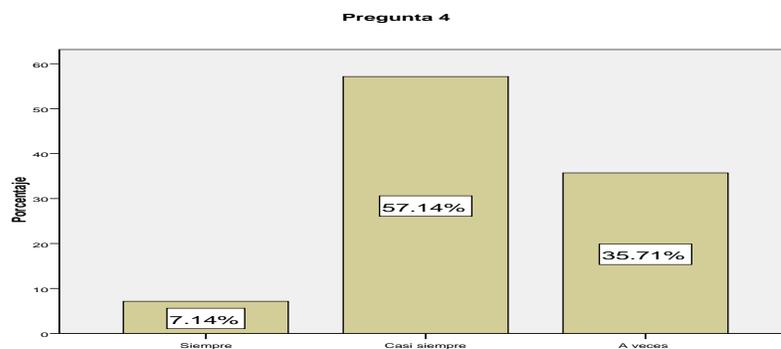
Pregunta 4

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	1	7,1	7,1	7,1
	Casi siempre	8	57,1	57,1	64,3
	A veces	5	35,7	35,7	100,0
	Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

Gráfico 4 Frecuencia de los objetivos empresariales



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados el 7.14 % manifiesta que casi siempre la empresa se plantea objetivos y metas, el 57.14 afirma que casi siempre y el 35.71% responde que a veces. Por lo recolectado anteriormente se puede evidenciar que la empresa Miami Sport si establece objetivos con frecuencia, lo cual es bueno para la misma, para poder salir adelante en el mercado competitivo en que nos encontramos.

Pregunta 5 ¿Está de acuerdo con la planificación que efectúa la empresa Miami Sport?

Tabla 7 Planificación Empresarial

Pregunta 5

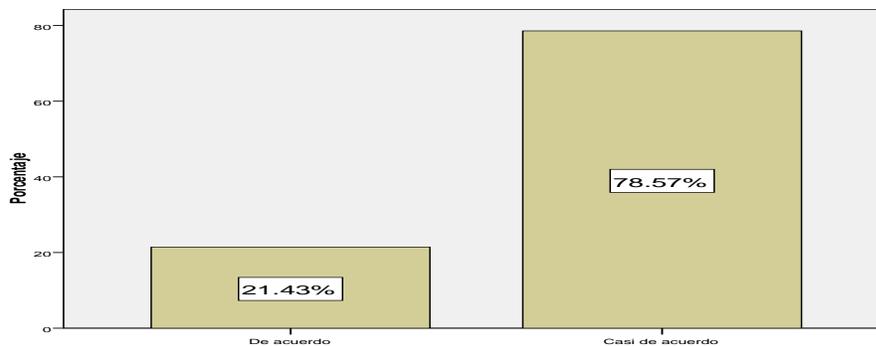
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De acuerdo	3	21,4	21,4	21,4
	Casi de acuerdo	11	78,6	78,6	100,0
	Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

Gráfico 5 Planificación Empresarial

Pregunta 5



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

Análisis e Interpretación

Del total de encuestado el 21.43% manifiesta que está de acuerdo con la planificación que tiene la empresa y el 78.57% afirma que esta casi de acuerdo.

Podemos confirmar que la planificación de la empresa es buena, pero que se deberá tomar medidas para mejorarla, de esta manera salir desarrollarse mejor dentro de la empresa.

Pregunta 6 ¿El personal de la empresa Miami Sport participa en la toma de decisiones?

Tabla 8 Participación en la toma de decisiones

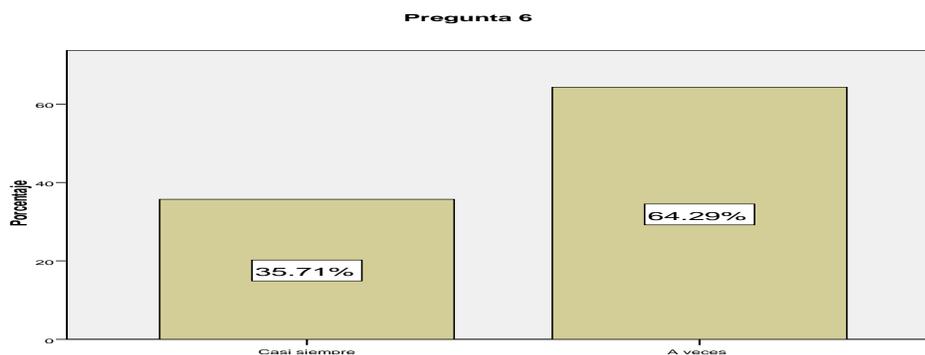
Pregunta 6

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi siempre	5	35,7	35,7	35,7
	A veces	9	64,3	64,3	100,0
	Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

Gráfico 6 Participación en la toma de decisiones



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados el 35.71% manifiesta que casi siempre el personal participa en las decisiones de la organización y el 64.29% afirma que a veces.

Con la información recolectada podemos evidenciar la participación del personal para la toma de decisiones de la organización, esto es muy importante tomar en cuenta ya que ellos son los que están en contacto directo con el cliente y saben lo que necesitan los clientes.

Pregunta 7 ¿Los efectos de aplicar un liderazgo empresarial serían efectivos?

Tabla 9 Efectos del Liderazgo Empresarial

Pregunta 7

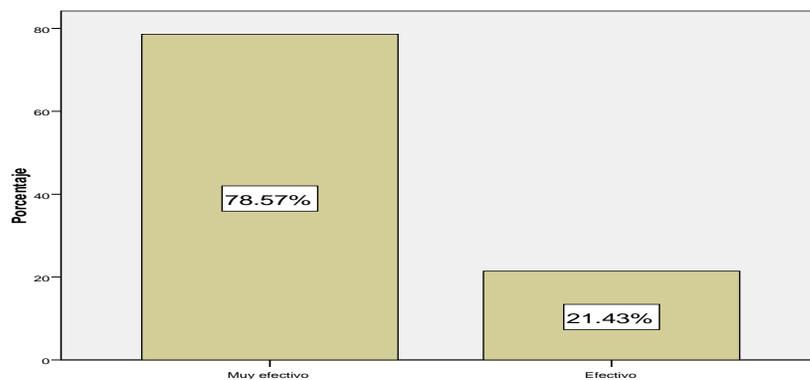
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy efectivo	11	78,6	78,6	78,6
	Efectivo	3	21,4	21,4	100,0
	Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

Gráfico 7 Efectos del Liderazgo Empresarial

Pregunta 7



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados el 78.57% manifiesta que están muy de acuerdo con los efectos a aplicar de un liderazgo empresarial serán efectivos, el 21.43 afirma que serán efectivos.

Con la información recolectada, se puede conocer que es necesario aplicar liderazgo empresarial para el mejoramiento de la organización.

Pregunta 8 ¿Qué tan efectiva es la comunicación corporativa en empresa Miami Sport?

Tabla 10 Efectividad de la Comunicación Corporativa

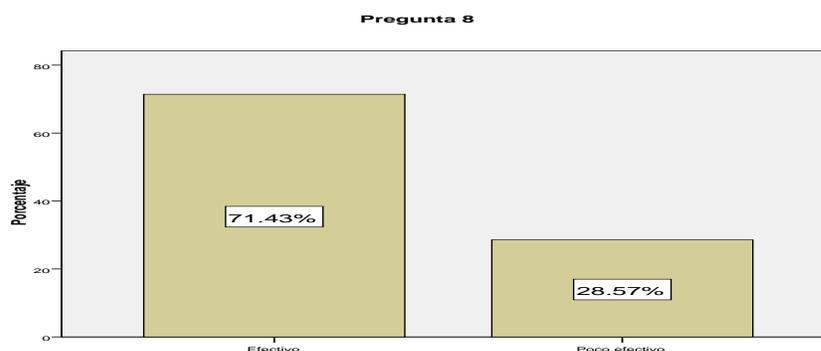
Pregunta 8

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Efectivo	10	71,4	71,4	71,4
Poco efectivo	4	28,6	28,6	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

Gráfico 8 Efectividad de la Comunicación Corporativa



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados el 71.43% afirma que la comunicación es efectiva en la empresa y el 28.57 responde que es poco efectivo

Por lo manifestado en las encuestas podemos saber que los colaboradores de la empresa necesitan implementar de programas que ayuden a la integración y posteriormente para tener una mejor comunicación.

Pregunta 9 ¿Qué tan frecuente se realizan capacitaciones en la empresa Miami Sport?

Tabla 11 Frecuencia de las capacitaciones

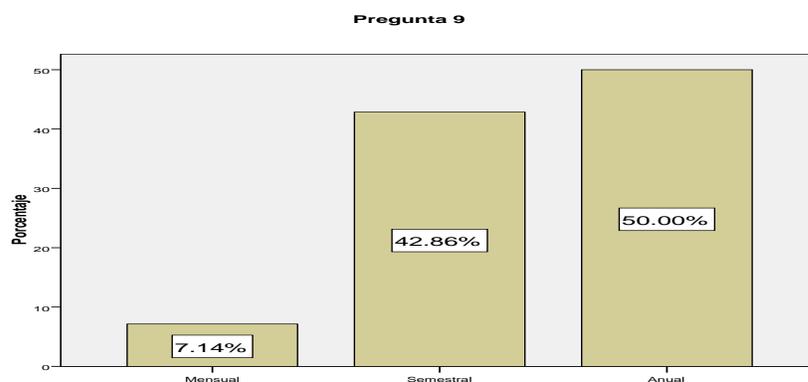
Pregunta 9

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mensual	1	7,1	7,1	7,1
	Semestral	6	42,9	42,9	50,0
	Anual	7	50,0	50,0	100,0
	Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

Gráfico 9 Frecuencia de las capacitaciones



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados el 7.14% afirma que las capacitaciones son mensuales, el 42.86 afirma que son semestrales y el 50 responde que son anuales

Por lo manifestado en las encuestas podemos saber que los colaboradores de la empresa si tienen capacitaciones, pero que deberían ser más constantes para así tener una mejor comunicación entre el personal.

Pregunta 10 ¿Cuál es la aptitud que tienen los altos directivos de la empresa Miami Sport?

Tabla 12 Aptitud de los directivos

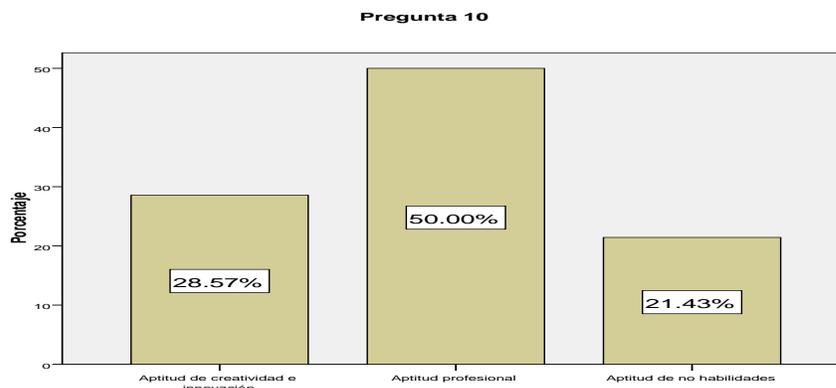
Pregunta 10

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Aptitud de creatividad e innovación	4	28,6	28,6	28,6
	Aptitud profesional	7	50,0	50,0	78,6
	Aptitud de no habilidades	3	21,4	21,4	100,0
	Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

Gráfico 10 Aptitud de los directivos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados el 28.57% afirma aptitud que tienen los altos directivos de la empresa Miami Sport es de creatividad e innovación, el 50% manifiesta que es profesional y el 21.43 responde que es aptitud de no habilidades. Por lo manifestado en las encuestas podemos conocer que si existe una excelente aptitud por parte de algunos directivos de la organización y que deberían ponerse de acuerdo para poder llegar a cumplir con los objetivos de la misma.

Pregunta 11 ¿Existe innovación constante en la empresa Miami Sport?

Tabla 13 Innovación Empresarial

Pregunta 11

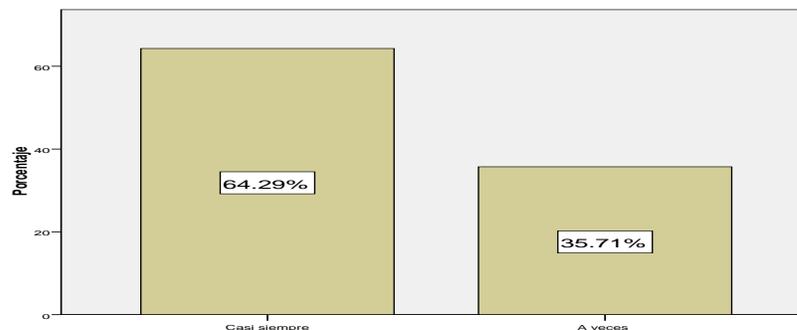
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Casi siempre	9	64,3	64,3	64,3
A veces	5	35,7	35,7	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

Gráfico 11 Innovación Empresarial

Pregunta 11



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados el 64.29% afirma casi siempre existe innovación, y el 35.71% manifiesta que a veces. Por lo manifestado por los encuestados se puede conocer que si existe innovación empresarial, lo cual es bueno para la mejora constante de la misma.

Pregunta 12: Existe un control en la optimización de recursos?

Tabla 14 Optimización de los Recursos

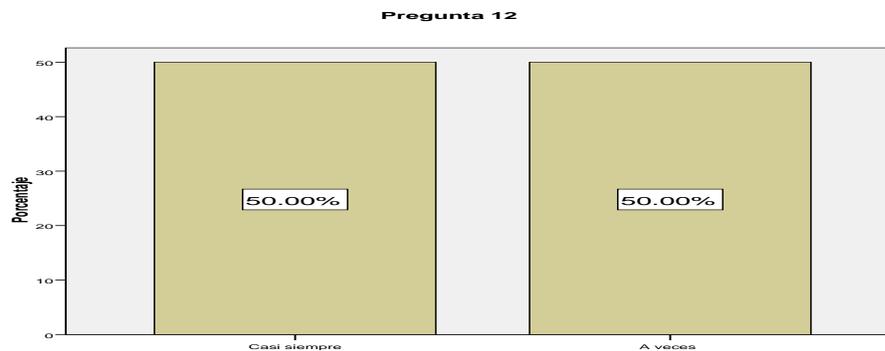
Pregunta 12

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Casi siempre	7	50,0	50,0	50,0
A veces	7	50,0	50,0	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

Gráfico 12 Optimización de los Recursos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados el 50% afirma que casi siempre existe control en la optimización de recursos, y el otro 50% manifiesta que a veces.

Con la información recolectada podemos confirmar que si existe una inspección, pero no el adecuado se debería tener un mejor control, para así optimizar de mejor manera los recursos de la empresa

Pregunta 13 ¿Cuán eficiente es el personal de la empresa Miami Sport?

Tabla 15 Eficiencia del Personal

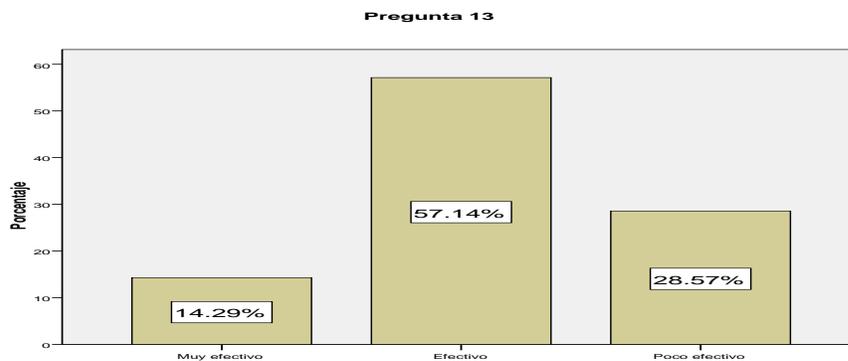
Pregunta 13

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy efectivo	2	14,3	14,3	14,3
	Efectivo	8	57,1	57,1	71,4
	Poco efectivo	4	28,6	28,6	100,0
	Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

Gráfico 13 Eficiencia del Personal



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados el 14.29% afirma que el personal es muy efectivo, el 57.14 dice que es efectivo y el 28.57% responde que es poco efectivo.

Con esta información podemos claramente conocer que efectivamente el personal es eficiente dentro de la empresa, lo cual es bueno ya que así, se pueden desenvolverse mejor y cumplir con los objetivos planteados de la empresa y el personal de Miami Sport.

4.2. Interpretación de datos

A continuación se presentan cuadros y gráficos estadísticos que sirvieron para la interpretación cualitativa de sus resultados. Para la presentación se elaboraron tablas de contingencia con las frecuencias observadas y sus respectivos porcentajes, gráficos en estilo de barras, se aplicaron el T de student con una muestra y la prueba de bondad, llamada así en la Estadística no paramétrica.

4.3. Verificación de la hipótesis

Para la solución del problema planteado y de conformidad con la hipótesis estadística estipulada, es necesario realizar su verificación mediante la aplicación con la prueba de la T de student, la misma que en esta investigación se ha aplicado la Prueba no paramétrica con una variable, llamada Prueba de bondad de ajuste.

“Prueba de Bondad de Ajuste, consiste en determinar si los datos de cierta muestra

Corresponden a cierta distribución poblacional. En este caso es necesario que los valores de la variable en la muestra y sobre la cual queremos realizar la inferencia

esté dividida en clases de ocurrencia, o equivalentemente, sea cual sea la variable de estudio, deberemos categorizar los datos asignando sus valores a diferentes clases o grupos.”

4.3.1. Planteamiento de hipótesis

Ho: Hipótesis nula: El manejo de un correcto Modelo de Liderazgo Empresarial **NO** aportará al capital humano de la Empresa Miami Sport, de la ciudad de Pelileo.

Ha: Hipótesis alternativa: El manejo de un correcto Modelo de Liderazgo Empresarial **SI** aportará al capital humano de la Empresa Miami Sport, de la ciudad de Pelileo.

4.3.2. Nivel de significancia

El nivel de significación escogido para la investigación es del 5%.

4.3.3. Elección de la prueba estadística

Para realizar la comprobación de la hipótesis, debemos tomar en consideración el tipo de método estadístico, de acuerdo al tipo de datos que tenemos, el número y tamaño de la muestra; así, si tenemos dos o más, debemos comprobar si estas son apareadas o independientes; en esta investigación contamos con una muestra pequeña por lo cual aplicaremos el método estadístico no paramétrico, T de student, con una variable, Prueba de Bondad de ajuste; mediante la tabla de contingencia.

La pregunta siguiente es la que servirá para determinar la t de student.

Pregunta N.- 4

¿La empresa Miami Sport se establece objetivo o metas frecuentemente?

4.3.4. Tabla de las frecuencias observadas y esperadas

Pregunta N.- 4 ¿La empresa Miami Sport se establece objetivo o metas frecuentemente?

Tabla 16. Frecuencias

Pregunta 4

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	1	7,1	7,1	7,1
	Casi siempre	8	57,1	57,1	64,3
	A veces	5	35,7	35,7	100,0
	Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

4.3.5. Calculo de los grados de libertad

El grado de libertad es igual a la multiplicación del número de las filas menos 1 por el número de las columnas menos 1.

En este punto también es importante definir los grados de libertad los mismos que se utilizarán para encontrar el valor del X² en la tabla de valores percentiles a la distribución Chi – cuadrado, con V grados de libertad, mediante la fórmula.

$$gl = (c - 1) * (h - 1)$$

En donde:

gl = Grados de libertad

c = Número de columnas

h = Número de filas o renglones

Aplicación de la fórmula:

$$gl = (C - 1) * (h - 1)$$

$$gl = (5 - 1) * (2 - 1)$$

$$gl = 4$$

$$X^2_t = \frac{\alpha = 0,05}{gl = 4} = 9,487$$

Se establece que la probabilidad de cometer un error tipo 1 será igual al 5% es decir $\alpha = 0,05$.

4.3.6. Cálculo estadístico.

Tabla 17. Estadístico Chi-cuadrado

Estadísticos para una muestra				
	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
Pregunta 4	14	2,29	,611	,163

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

Tabla 18 Prueba para una muestra

Prueba para una muestra

	Valor de prueba = 0					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
Pregunta 4	13,992	13	,000	2,286	1,93	2,64

Fuente: Encuesta Miami Sport
Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

4.3.7. Justificación y decisión Final

La tabla 18, nos ofrece la información necesaria para tomar una decisión sobre la hipótesis de bondad de ajuste: el valor estadístico t de student es de (13,992), sus grados de libertad es 13y su nivel crítico (Sig=,000). Puesto que el nivel crítico es menor que 13,992 podemos aceptar la hipótesis de bondad de ajuste y concluir que la variable de la frecuencia de objetivos y metas de la empresa si se ajusta, y que por lo tanto se llega a la conclusión de que el inadecuado Liderazgo empresarial y su incidencia en el capital humano de la empresa Miami Sport de la ciudad de Pelileo en el 2013.

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

En Miami Sport a partir de análisis tiene un cumplimiento de sus funciones y tareas pero el personal y la empresa a su vez no cumple con los objetivos establecidos, lo cual es ocasionado por una mal guía y liderazgo dentro de ella. Se implica que en la empresa deberían existir objetivos bien definidos o que el personal anuncie que no se cumplen.

Además se indica que en la empresa no existe la adecuada planificación en la que se establezcan los objetivos correctos y a su vez la participación del cliente interno ha sido aislado el cual forma parte fundamental de la empresa ya que son el corazón de una empresa.

Miami sport y su cliente interno está de acuerdo que con la aplicación de un liderazgo empresarial mejoraría la situación en la empresa y que esta a su vez la comunicación será esencial que se implemente para interrelacionar todo el personal que trabaja en la empresa.

Se concluye también que Miami Sport casi siempre tiene un control de los recursos y su respectiva optimización, por otro lado la innovación se encuentra en la misma situación lo cual ha ido afectado para poder realizar capacitaciones con el cliente interno.

Finalmente, Miami Sport debe centrarse en desarrollar un liderazgo empresarial efectivo que promueva el compromiso individual y de grupo con la empresa ya que el capital humano debe ser eficiente y trabajar en conjunto.

5.2. Recomendaciones

Se recomienda que la empresa analice detenidamente l porque no se han cumplido sus objetivos y establecer nuevos objetivos para promover el liderazgo en Miami Sport, ya que esta es la pieza fundamental para que se creen metas en cada personal y en si con la empresa.

Esto va de la mano con la correcta planificación, pata poder cumplir estos objetivos se debería establecer estrategias con las que se llegue a objetivos reales que se vean plasmados en la empresa con su rendimiento, cambio de ambiente, cultura y trabajo de equipo empresarial.

Miami Sport debe tomar muy en cuenta actividades para desarrollar el liderazgo en la empresa ya que es un problema el cual si se lo soluciona aportara con muchos beneficios para el entorno interno y externo de la misma.

Se recomienda que el cliente interno de Miami Sport sea capacitado y orientado con respecto al liderazgo empresarial, a su vez conocer a cada persona lo que siente, quiere, como es, como fue, que espera de la empresa y de sus compañeros. Esto se lo puede hacer por medio de una dinámica que motive al personal a expresar lo que siente.

Finalmente, se recomienda que la Empresa Miami Sport aplique un modelo de liderazgo organizacional que motive al cliente interno y que exista una interrelación con el gerente de la empresa y que este conozca las necesidades del cliente interno para poder obtener un capital humano de calidad y que trabaje en equipo.

CAPITULO VI

6. PROPUESTA

6.1. Datos informativos

Título

Modelo de Liderazgo Empresarial aportará al capital humano de la Empresa Miami Sport, de la ciudad de Pelileo.

Institución Ejecutora

Miami Sport

Beneficiarios

- Cliente interno
- Gerente

- Cliente Externo

Los beneficiados será el cliente interno porque estos tendrán un desarrollo individual y en equipo; a su vez estos adquirirán conocimiento y se formaran como personas con valores. Además el beneficiado también es el gerente ya que tendrá mayor productividad en su empresa y poseerá un cliente interno capacitado. Por otro lado los clientes externos también se beneficiaran ya que tendrán mejor atención y un producto de calidad ya que el desempeño interno será constatado por ellos.

Ubicación

Cantón Pelileo en la avenida padre chacón y 22 de julio

Tiempo estimado de ejecución

El tiempo estimado para la ejecución de esta propuesta es desde Agosto a Septiembre del 2013.

Equipo Técnico responsable

Egresado Edwin Quisintuña

Gerente – Propietario: Sr. Emiliano Alfonso Medina Llerena.

Costo

El costo estimado de la propuesta es de \$ 765,00

6.2. Antecedentes de la Propuesta.

Un Modelo de Liderazgo bien pensado es un fundamento esencial para dirigir la rentabilidad del negocio. Este establece los estándares para sus activos más valiosos, y define cómo deben comportarse sus líderes y qué capacidades necesitan para ofrecer los resultados que busca. Mucho más, define la cultura de su Organización de modo trascendente

Crear el Modelo de Liderazgo adecuado implica conocer las metas, podemos definir un marco donde construir un modelo que describirá el comportamiento de liderazgo adecuado y explicará las capacidades que sus ejecutivos necesitarán para afrontar los retos futuros. Además que se deben establecer estrategias que deben adaptarse para alcanzar las metas futuras. Junto a su equipo de liderazgo evaluamos la estrategia en su organización actual y futura antes de empezar a crear un Modelo de Liderazgo. Por otro lado clarificar las actividades en las que su empresa necesita centrarse para implementar la estrategia es algo obvio, pero desafiante. Este proceso facilitador ayuda a desarrollar una visión compartida en su equipo de directivos.

6.3. Justificación.

El presente trabajo se justifica en la necesidad de obtener un capital humano capacitado el cual trabaje en una empresa que fomente el liderazgo y se practique eventualmente en la parte ejecutiva. Miami Sport siendo una empresa fabricante de jean debe proyectarse a trabajo en equipo en el que predomine a la tolerancia y ayuda mutua en todo proceso, ya que de todo esto depende la calidad del producto que oferta.

El modelo de Liderazgo empresarial representa un conjunto de actividades que desarrollan actitudes que favorecen el desarrollo de una empresa y de un todo que es el personal de una empresa que efectúa todas las acciones y funciones, las cuales deben desarrollarse a cabalidad y con calidad.

La implementación de un Modelo de liderazgo empresarial en Miami Sport tiene como fin mejorar el capital humano de la empresa, ya que a su vez se potenciara habilidades ya actitudes en el cliente para poder mantener un liderazgo dinámico en el que se apoye con la comunicación constante. La empresa Miami Sport debe ejecutar este modelo ya que se podría tener mayores problemas a futuro los cuales podrían perjudicar mucho en el desarrollo de la empresa.

6.4. Objetivos

6.4.1. Objetivo General.

Implementar un Modelo de Liderazgo Empresarial aportará al capital humano de la Empresa Miami Sport.

6.4.2. Objetivos específicos.

- Determinar políticas que fomenten el liderazgo para el capital humano en la empresa Miami Sport.
- Establecer estrategias de liderazgo para mejorar el capital humano para la empresa Miami Sport.
- Proponer actividades de formación y competencias para promover el liderazgo en la empresa Miami Sport.

6.5. Análisis de factibilidad.

6.5.1. Socio- Cultural

En este ámbito la empresa Miami Sport, quiere y ha tenido siempre una vinculación con el personal que trabaja en su empresa, y con los clientes. Todo esto con el propósito de que la empresa y el personal que trabaja sea líder tanto interna como externamente. Se trata de arraigar relaciones eficientes para poder tener una empresa de éxito.

6.5.2. Tecnológica

La empresa Miami Sport posee y cuenta en la actualidad con la tecnología necesaria para poder cumplir con sus funciones y objetivos habituales, por lo cual para el desarrollo de la propuesta el autor tiene el apoyo y la facilidad de poder utilizar todos los elementos necesarios y poder ejecutar y realizar el respectivo plan.

6.5.3. Organizacional

La estructura organizacional de Miami Sport es adecuada para la realización del plan, ya que con esto se tendrá el apoyo del personal interno además que se proporcionara información de cada departamento, y se facilitará la aplicación de acciones para fomentar el liderazgo.

6.5.4. Ambiental

Miami Sport apoya, respeta, coopera, fomenta e implementa actividades y programas medios ambientales; ya que con el reciclaje de sus desperdicios y con procurar no desperdiciar los recursos naturales usados; esta empresa en este ámbito se destaca.

6.5.5. Económico – Financiero

Miami Sport ayuda al investigador con el apoyo económico y financiero para realizar la presente propuesta y poder aplicarla en la empresa. El Sr. Emiliano Alfonso

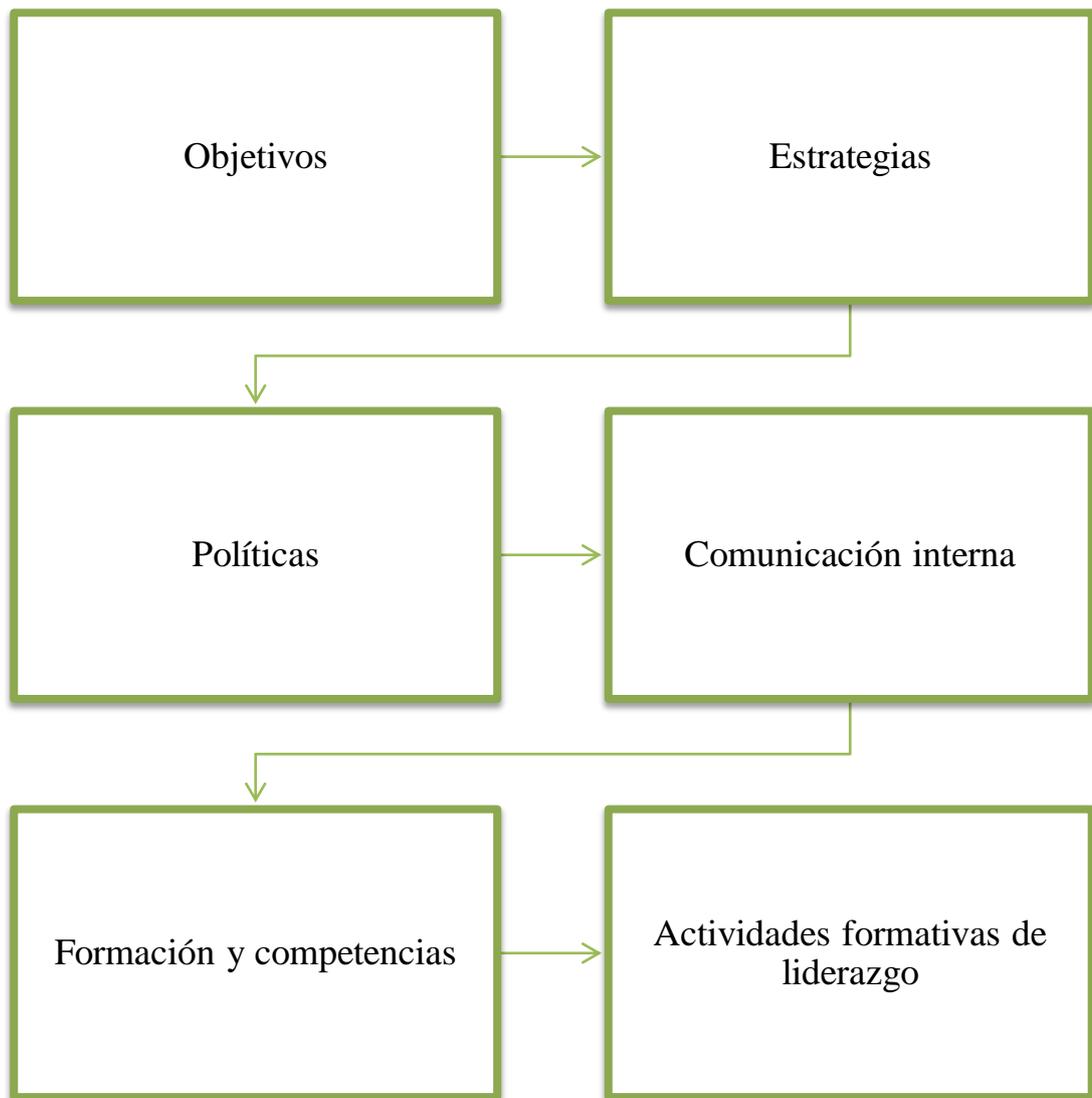
Medina Llerena además ha puesto a disposición recursos materiales para la correcta ejecución y diseño del modelo de liderazgo.

6.5.6. Político – Legal

Miami Sport es regulado oficialmente por todas las leyes que la constituye para poder ejercerse como una empresa fabricante de jean, además que esta posee políticas generales, las cuales no son afectadas por la presente propuesta, por lo cual es factible aplicarla.

6.6. Fundamentación Científico – Teórico

**Cuadro 1 MODELO DE LIDERAZGO EMPRESARIAL
MIAMI SPORT**



Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

OBJETIVOS

Según (Bouloc, 1976) “Resultado preciso a alcanzar en un plazo determinado, definido cualitativamente y/o cuantativamente, para el que se ha determinado y afectado los medios necesarios (organización, presupuestos, etc.)”. Manifiesta (Martínez Guillen, 2003) “Es un proceso continuo de dirigir las acciones en base a principios. Para conseguir un objetivo hay que emplear tiempo, esfuerzo y saber que metas alcanzar, en que tiempo, con que prioridad y que capacidad se tiene para conseguirlos”. Añade (Ruiz, 2013) “Como una meta o propósito que se desea alcanzar en un tiempo determinado con la inversión de ciertos recursos, la definición de objetivos es uno de los pilares de la planificación empresarial, hay quienes dicen que trazarse los objetivos equivocados es fracasar antes de comenzar porque de la definición de objetivos partirá la planificación de las acciones y procesos de cualquier emprendimiento.”

Para el autor el objetivo es la finalidad hacia donde deben dirigirse los recursos y los esfuerzos para así poder cumplir con la misión de la empresa

ESTRATEGIAS

Según (Cedeño Gómez, 2005) “Es el entramado de objetivos o metas y de las principales políticas y planes de acción conducentes al logro de esas metas; formulado de manera que quede definido el negocio en el cual va a estar la compañía y la clase de compañía que es en el presente y que va a ser en el futuro”. Manifiesta (Mintzberg, 2001) “El patrón de una serie de acciones que ocurre en el tiempo” Añade (Hax & Majluf, 2004) “Es un medio de establecer el propósito de la organización en términos de sus objetivos a largo plazo, sus programas de acción y sus prioridades en materia de asignación de recursos”

Según lo manifestado anteriormente se puede definir a la estrategia como una serie de pasos planeados sistemáticamente que van cumpliendo un determinado objetivo.

POLÍTICAS

Según (Gil Estallo, 2001) “norma de conducta o enunciado que guía a la toma de decisiones e incluso como los límites entre los que pueden tomarse las decisiones y que dirigen a éstas hacia los objetivos ” por su parte añade (García Jiménez, 2004) “están constituidas por un conjunto actividades contingentes, de obligada aplicación, por ser resultado de la interpretación que la alta dirección hace de la situación comercial de la empresa en un momento dado” manifiesta también (Ongallo, 2007) “es el conjunto de acciones y decisiones de la dirección general que implican la determinación de lo que es y debe ser la utilidad, la organización y los recursos humanos y materiales de la empresa y a donde se quiere llegar, con sentido de futuro en términos de su situación frente a su entorno.”

Para el autor las políticas son las actividades que se tiene como referencia para realizar las diferentes actividades dentro de la organización, y que ayudan a la determinación de las decisiones que se dirigidos hacia objetivos.

COMUNICACIÓN INTERNA

Según (Editorial Vértice, 2008) “está orientada al público interno que es el grupo de personas que conforman una institución y que están directamente vinculadas con ella. En caso de una empresa, está integrado por accionistas, directivos, empleados, contratistas, etc.” manifiesta también (García Jiménez, 2004) “es el vehículo para contar con las opiniones de todos en una reflexión global sobre la empresa.” Por su parte agrega (Cervera Fantoni, 2008) “es el principal artífice de la transparencia en la organización y, por lo tanto, no debe ser considerada como un mero vehículo de transmisión de información. Ni si quiera como un buen método de gestión a seguir de cada vez en cuando. Hay que verla como una función inherente a cualquier tarea y es necesario concretarla y definirla con precisión ”

Para el autor la comunicación interna es muy importante dentro de la organización ya que es el vehículo de información para realizar cualquier tarea.

FORMACIÓN Y COMPETENCIAS

Según (VELA, 2006, pág. 14) Conjunto de conocimientos (saber), habilidades (saber hacer) y actitudes (saber estar y querer hacer) que, aplicados en el desempeño de una determinada responsabilidad o aportación profesional, aseguran su buen logro. Proporcionar el crecimiento y el desarrollo. Como ya hemos señalado (FLORES, 2002, pág. 32) Características fundamentales del gerente o líder que indican su forma de comportamiento o de pensar intrínsecas en la personalidad de su ser. Así mismo (POVEDA, 2002, pág. 63) Conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes afines que se relacionan con un buen desempeño del gerente.

Es un conjunto de todas las habilidades que posee un gerente para obtener un buen desempeño laboral, Es particular de cada persona en forma individual. Se ve expresada a través de las capacidades y el éxito de cada ser humano. Depende de la formación

ACTIVIDAD FORMATIVA DE LIDERAZGO

Según (Daft, 2004, pág. 54), (ADAIR, 2009, pág. 54) y (Haimann, 2011) concuerdan en que el liderazgo es el conjunto de habilidades gerenciales o directivas que un individuo tiene para influir en la forma de ser de las personas o en un grupo de personas determinado es decir entre los líderes y sus seguidores, haciendo que este equipo trabaje con entusiasmo, en el logro de metas y objetivos. Piensa (ARANA, 2007) Se considera que la gente es buena en general, aspira a lo mejor y la manera de llegar grandes logros es encaminar los esfuerzos de todos hacia un fin común. Las personas tienen sus valores, motivaciones, necesidades y sentimientos ya sean mandos o colaboradores; lo importante radica en entender y encauzar las relaciones del equipo.

Para el autor el liderazgo asume toda la responsabilidad de la toma de decisiones, inicia las acciones, dirige, motiva y controla al subalterno, siendo un proceso producido por el resultado de una evaluación que el individuo realiza de una situación determinada.

6.7. Modelo Operativo

MIAMI SPORT

MODELO DE LIDERAZGO EMPRESARIAL

OBJETIVOS DE LIDERAZGO EMPRESARIAL DE MIAMI SPORT

- Fomentar el liderazgo empresarial en el cliente interno de la empresa Miami Sport.
- Manejar tendencias y estructurar escenarios prospectivos consistentes.
- Proyectar una imagen de confiabilidad tanto a cliente interno y externo.
- Mantener flujos de comunicación tanto con clientes interno y externos para proporcionar adecuada información de la empresa Miami Sport.
- Promulgar una transformación empresarial para lograr un liderazgo empresarial en toda a la empresa.

POLÍTICAS

MIAMI SPORT POLÍTICAS DE LIDERAZGO

- En Miami Sport el liderazgo se tiene en cuenta y se dirige a todos los aspectos de la vida de cada persona.
- Las relaciones de la empresa se centran en obtener los resultados que el cliente quiere y por tanto en el ámbito de su vida que él decide.
- Se fomentará el liderazgo empresarial ya que Miami Sport se asegura de que la persona se encamine siempre hacia la plenitud y el equilibrio y sea capaz de comprometerse con el proceso de su vida.
- Miami Sport NO es parte de un plan liderazgo autoritario sino de un liderazgo participativo y democrático.
- Fomentar la confianza de los trabajadores y el interés global de la dirección por el conocimiento de los problemas que ocurra en Miami Sport.
- Facilitar formación y apoyo donde y cuando se precise; impartir los conocimientos precisos para solucionar los problemas o dudas tanto de clientes internos y externos.
- Promover la constante comunicación interna para que el personal forme parte de la empresa y sepa lo que sucede dentro y fuera de ella.
- Impulsar compromiso de las personas con la organización.

ESTRATEGIAS LIDERAZGO MIAMI SPORT

- Dirigir las actividades y funciones que se realice en cada área de la empresa.
- Manejar las fortalezas del cliente interno de la empresa Miami Sport potenciando adecuadamente las mayores y apoyando con vigor las menores.
- Motivar al cliente interno para alcanzar todos los objetivos planteados por la empresa.
- Lograr las metas y en conocer las necesidades emocionales y sociales de sus empleados.
- Capacitar al personal referente a temas de trabajo en equipo, liderazgo empresarial, comunicación, y relaciones interpersonales.
- Desarrolla relaciones con las personas de influencia dentro de la organización

COMUNICACIÓN INTERNA

Objetivo: Asegurara una comunicación interna adecuada para mantener un equipo de trabajo informado y motivado en sus funciones de la empresa Miami Sport.

CARTELERÍA:

En Miami Sport la cartelera sirve para informar de hitos que se han logrado o para dar pautas de actualicen. A su vez para fomentar y recordar que se quiere implementar y tener un capital humano con liderazgo.



En esta a su vez se presentará los logros obtenidos por la empresa y mensajes sobre liderazgo como las que se presentan a continuación:

1. “En tiempos de cambio, quienes estén abiertos al aprendizaje se adueñarán del futuro, mientras que aquellos que creen saberlo todo estarán bien equipados para un mundo que ya no existe” Eric Hoffer
2. “El coraje es una disposición a sentir grados pertinentes de temor y confianza en situaciones desafiantes” Aristóteles
3. “La cooperación es la convicción plena de que nadie puede llegar a la meta si no llegan todos” Virginia Burden
4. “El mayor de los peligros para la mayoría de nosotros, no es que nuestro objetivo sea demasiado alto y no lo alcancemos, sino que sea demasiado bajo y lo logremos” Michelangelo

5. “La magnitud de un líder está dada por la profundidad de sus convicciones, el grado de sus ambiciones, el ángulo de su visión y el alcance de su amor” Doss Nathan Jackson
6. “Demostrar tu liderazgo significa que cuando surgen los problemas los enfrentas de una manera madura, racional y sincera, por muy molesto que te resulte” Robin S. Sharma
7. Los líderes no surgen de la nada. Deben ser desarrollados: educados de tal manera que adquieran las cualidades del liderazgo. Warren Bennis
8. Liderazgo significa que un grupo, grande o pequeña, está dispuesto a confiar la autoridad a una persona que ha demostrado capacidad, sabiduría y competencia. Walt Disney
9. El liderazgo es la capacidad de transformar la visión en realidad. Warren Bennis
10. El liderazgo es un compromiso con una idea, un sueño, y una visión de lo que puede ser. Y mi sueño es que mi tierra y mi pueblo pongan fin a los combates y permitir a nuestros niños alcanzar su máximo potencial, independientemente de su sexo, condición, o de creencias. Benazir Bhutto

Los cuáles serán impresos en hojas A4 cada semana, que servirán para que el personal lea y se sienta motivado, reflexione, y realice un cambio en su vida laboral y personal. Además estas se presentarán en cada reunión que se haga.

REUNIONES REGULARES:

El personal de Miami Sport en dirigencia del Sr. Emilio Alfonso, deben reunirse regularmente, idealmente cada semana.

Hay que tomar en cuenta que la gente a menudo no asiste a tales reuniones porque parecen quitarle tiempo al trabajo de la organización o porque no le agradan a la mayoría de las personas. Sin embargo, lo cierto es que son vitales para el trabajo de la empresa Miami Sport, ya que les dan a las personas la oportunidad de intercambiar

ideas (y por lo tanto mejorar su propio trabajo aplicando lo que escuchen), escuchar lo que está ocurriendo en la organización como un todo (y confirmar su compromiso con el trabajo) y renovar las relaciones con otros (haciendo más fácil el trabajar juntos).

Cuando a las personas no les gusta asistir a reuniones de personal, a menudo es porque sienten que éstas son impuestas por el administrador que las dirige. Pueden no tratar asuntos que son importantes para la mayoría del personal, y muy frecuentemente, en ellas sólo habla una persona el administrador. Una reunión que toma esta forma envía exactamente el mensaje erróneo en una organización que intenta fomentar la comunicación abierta.

Miami Sport desea realizar reuniones que lleven hacia la verdadera comunicación, se puede intentar una o alguna combinación de las siguientes maneras de hacerlas más interesantes y entretenidas:

- **Actividades en las reuniones**

Ofrecer comida o bocaditos: Convertir en reuniones de desayuno o almuerzo; pedirles a diferentes personas del personal que lleven platillos especiales cada vez; ofrecer o invitar a las personas a traer café y bocadillos. La comida cambia el tono general de la reunión: partir el pan juntos parte también las barreras y convierte la reunión en algo más familiar.

Rotar entre todos los miembros del personal la responsabilidad de dirigir la reunión: De esta forma, no será vista como la reunión del director o del administrador, sino como una que refleja las preocupaciones de todos en el personal de Miami Sport.

Asegurarse de que la agenda está abierta a toda la gente de Miami Sport: Cualquiera debe tener la posibilidad de poner ítems en la agenda, y que sean cumplidos

con la misma prioridad que tienen los demás. El gerente o persona a cargo de la reunión puede preguntarles a todos de antemano para ver si tienen sugerencias para la agenda.

FORMACIÓN Y COMPETENCIAS

Para fomentar el liderazgo del capital humano de Miami Sport se efectuaron preguntas por medio de una dinámica en la que se pueda conocer a cada persona sus opiniones, ideas, deseos, disgustos, gustos, y preferencias. Se han realizado preguntas básicas para que la persona las pueda responder y exponer al grupo de motivación.

MIAMI SPORT DINÁMICA PARA SER LIDER
Los demás son líderes El liderazgo es algo más que una moda, es una forma de trabajar y conseguir buenos resultados. Si tu empresa te importa intenta jugar el papel de líder como jefe que eres, para ello debes de averiguar un poco más sobre el tema. Tienes que conocer lo que tú piensas sobre el tema. Por lo que a continuación se presenta una serie de preguntas que te ayudaran a profundizar en el liderazgo.
<ol style="list-style-type: none">1. ¿Tú sabes qué significa ser líder?2. ¿Conoces a muchos líderes?3. ¿Por qué piensas que lo son?4. ¿Qué cualidades tienen?,5. ¿Qué es lo que hacen?, ¿Cómo lo han conseguido?

Piensa en alguna persona que ha influido en ti, de qué manera lo ha hecho: autoritaria, ejemplo, ... qué valores te llamaban la atención

No soy líder, lo quiero conseguir

Posiblemente te haya sido fácil identificar a algunos líderes, no obstante, lo que ahora nos importa es saber si tú quieres ser líder y cómo conseguirlo. Para empezar a explorar comenzaremos trabajando un poco sobre ti, conociéndote un poquito más y mejor. Recuerda que no hay contestaciones malas, ni verdaderas ni buenas, sólo hay tus respuestas. Esto no es un test, simplemente son preguntas para conocerte, para profundizar en tu forma de trabajar, actuar, desarrollarte como jefe, líder, trabajador, en definitiva, como persona.

Realiza una pequeña descripción tuya indicando tus punto fuertes, débiles, que le gusta o disgusta, metas, momentos importantes, etc.

Ser un líder, para ello sería recomendable que respondieras a:

1. **¿Dónde estás?**
2. **¿A dónde vas?**
3. **¿Cómo quieres llegar a allí?**
4. **¿Con qué recursos cuentas?**
5. **¿Cuáles son tus limitaciones?**
6. **¿Cuáles son tus capacidades?**
7. **¿Qué debes evitar?**
8. **¿De qué te alejas?**
9. **¿A qué te acercas?**
10. **¿Qué sabes acerca de los líderes?**
11. **¿Quiénes son y que capacidades tienen?**
12. **¿Tienes un buen mapa? ¿Conoces el territorio?**

El líder que quiero ser

Para logra convertirte en el líder que buscas intenta profundizar en cada uno de los temas que a continuación se exponen:

1. **¿Qué haces?**
2. **¿Cómo lo haces?**

3. ¿Por qué lo haces de esta manera?

4. ¿Quién eres?

5. ¿Qué habilidades tienes, talentos?

6. ¿Cómo es tu relación con los trabajadores?

7. ¿Das ejemplo?

8. ¿Qué haces para dar ejemplo?

9. ¿Cómo lo haces?

10. ¿Cómo te sientes al hacerlo?

El liderazgo no sólo depende de ti, gran parte del peso recae sobre los demás, son ellos quienes te eligen, así que según como sea tu comportamiento conseguirás más seguidores o menos y de un tipo u otro. Para saber cómo te comporta intenta explorar el territorio de tu inteligencia emocional, de tus habilidades sociales, en resumen: Conócete un poco más respecto a los demás.

Para terminar con las dinámicas de liderazgo y autoconocimiento rellena el cuadro siguiente, te ayudará a cambiar tu forma de ser. (todo ello respecto al liderazgo)

1. ¿Qué eres y estás encantado de ser?

2. ¿Que eres y no estás encantado de ser?

3. ¿Qué no eres y te gustaría ser?

4. ¿Que no eres?

ACTIVIDAD FORMATIVA DEL LIDERAZGO

Las actividades que se exponen a continuación tienen el fin de que el personal de la empresa o capital humano se desarrolle correctamente sustentado en el liderazgo empresarial; que trae consigo beneficios tanto para la empresa, cliente interno y externo.

Ya que esto debe inspirar a los demás y ayudarles a alcanzar metas pequeñas, como base para alcanzar grandes metas.

MIAMI SPORT

ACTIVIDADES LIDERAZGO

ACTIVIDADES	RESPONSABLES	RECURSOS	LUGAR/ TIEMPO	PARTICIPANTES
Conocimiento de la Planeación y adaptación (Misión, visión de la empresa)	Gerente Propietario	Suministros, materiales	Miami Sport 15 horas	Gerente y cliente interno
Desarrollo del personal	Gerente Propietario	Suministros, materiales	Miami Sport 4 horas	Gerente y cliente interno
Capacitación Trabajo en equipo	Gerente Propietario	Suministros, materiales	Miami Sport 5 horas	Gerente y cliente interno
Establecimiento de metas y objetivos	Gerente Propietario	Suministros, materiales	Miami Sport 4 horas	Gerente y cliente interno

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

6.7.1. Programa de Acción

Estrategias	Objetivos	Actividades	Medios	Tiempo		Responsables	Costo \$
Ofrecer una solución efectiva al problema de la Miami Sport	Promover un desarrollo adecuado de Miami Sport.	Determinar el problema	Materiales – Suministros de oficinas - Equipos de computo	lun 05/08/1 3	lun 05/08/1 3	Egresado, Gerente Propietario	10,00
Plantear una guía empresarial en Miami Sport	Mejorar el desempeño e identificación del personal con Miami Sport.	Indicar los objetivos de la propuesta	Materiales – Suministros de oficinas - Equipos de computo	mar 06/08/1 3	mié 07/08/1 3	Gerente Propietario, Egresado	40,00
Plantear un adecuado modelo de liderazgo empresarial para Miami Sport	Cumplimiento efectivo de los objetivos en el capital humano.	Especificar el Modelo de Liderazgo empresarial	Materiales – Suministros de oficinas - Equipos de computo	jue 08/08/1 3	vie 09/08/1 3	Egresado, Gerente Propietario	50,00
Proponer un modelo de liderazgo realizable en la empresa.	Obtener un modelo con resultados visibles y efectivos.	Determinar la factibilidad de la propuesta	Materiales – Suministros de oficinas -	lun 12/08/1 3	mar 13/08/1 3	Egresado, Gerente Propietario	25,00

Adaptar un modelo según las necesidades de la empresa.	Cumplir todas las actividades para fomentar el liderazgo empresarial.	Diseñar el Modelo de Liderazgo empresarial	Materiales – Suministros de oficinas Equipos de computo	mié 14/08/13	mar 20/08/13	Egresado, Gerente Propietario	150,00
Efectuar políticas que motiven el liderazgo.	Implementar el respeto y responsabilidad en Miami Sport	Estructurar las políticas de liderazgo	Materiales – Suministros de oficinas Equipos de computo	mié 21/08/13	vie 23/08/13	Egresado	45,00
Obtener un programa de comunicación interna.	Mantener al personal de todas las áreas comunicados	Estructurar la comunicación interna	Materiales – Suministros de oficinas Equipos de computo	lun 26/08/13	jue 29/08/13	Egresado, Gerente Propietario	100,00
Plantear actividades de formación en liderazgo	Obtener clientes internos líderes.	Estructurar las actividades de liderazgo	Materiales – Suministros de oficinas	vie 30/08/13	mié 04/09/13	Egresado, Gerente Propietario	120,00

			Equipos de computo				
Motivar el autoconocimiento del cliente interno	Conocer al cliente interno de Miami Sport	Estructurar la dinámica de liderazgo	Materiales – Suministros de oficinas Equipos de computo	jue - 05/09/1 3	mar 10/09/1 3	Egresado, Gerente Propietario	100,00
Brindar un presupuesto adecuado del modelo de liderazgo de Miami Sport	Realizar las actividades sin dificultades.	Establecer el presupuesto	Materiales – Suministros de oficinas Equipos de computo	mié - 11/09/1 3	vie 13/09/1 3	Egresado, Gerente Propietario	25,00
Obtener las actividades claras del liderazgo empresarial	Mejorar el capital humano con base de liderazgo empresarial de Miami Sport.	Efectuar el plan de acción de Miami Sport	Materiales – Suministros de oficinas Equipos de computo	lun - 16/09/1 3	mié 18/09/1 3	Egresado, Gerente Propietario	100,00

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

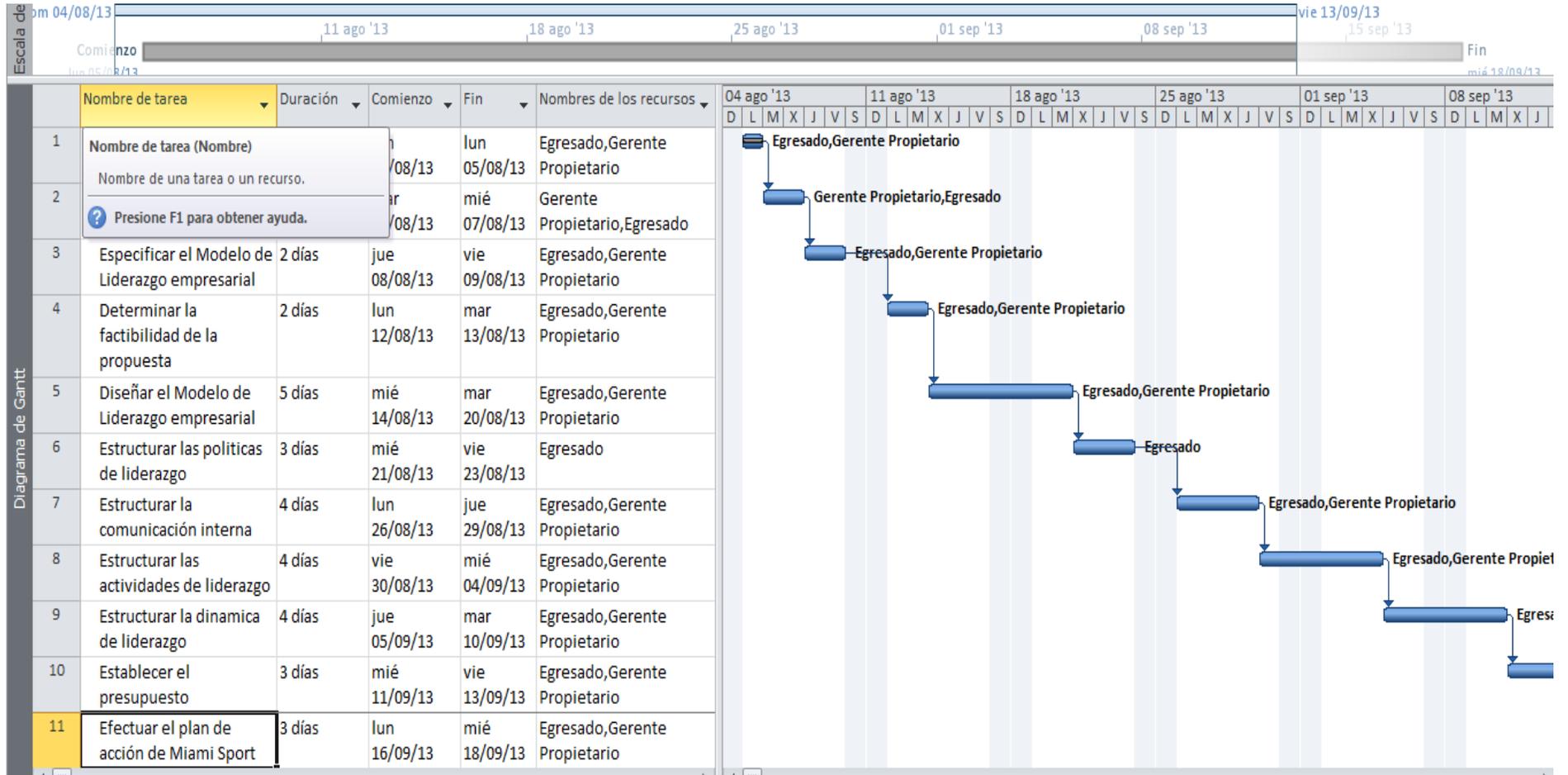
6.8. Presupuesto

DESCRIPCIÓN	COSTO
Diseño de Modelo de Liderazgo	\$ 150,00
Materiales, suministros de oficina y equipo de cómputo.	\$ 120,00
Desarrollo de las actividades del Modelo de Liderazgo empresarial	\$495,00
Total	\$765,00

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

El presupuesto para la aplicación de la propuesta sobre el Modelo de Liderazgo Empresarial de Miami Sport a partir del plan de acción es de 765,00 dólares americanos.

6.9. Cronograma



Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

6.10. Evaluación de la propuesta y control del plan.

El Modelo de liderazgo empresarial se desarrolló previo a un análisis del problema y antecedentes de la empresa, la cual fue comprobada respectivamente, por lo cual se requiere de un control constante del modelo y a la vez evaluación para obtener los mejores resultados en el capital humano de Miami Sport.

Tabla 19 Matriz de Monitoreo y Evaluación

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Quiénes solicitan evaluar?	Gerente- Propietario Sr. Emiliano Alfonso Medina Llerena.
¿Por qué Evaluar?	Para verificar si se está cumpliendo con la propuesta y los objetivos
¿Para qué Evaluar?	Para medir el grado de factibilidad que ha tenido la propuesta.
¿Con qué criterios?	Teniendo en cuenta el uso de recursos, eficiencia y cumplimiento a cabalidad.
Indicadores	Cuantitativos y Cualitativos.
¿Qué evaluar?	Los objetivos establecidos dentro de la propuesta.
¿Quién evalúa?	Gerente - Propietario Sr. Emiliano Alfonso Medina Llerena.
¿Cuándo evaluar?	Al final de la aplicación del modelo
¿Cómo evaluar?	Proceso metodológico.
¿Con qué evaluar?	Encuesta e investigación de campo.

Fuente: Matriz de monitoreo y evaluación.

Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)

BIBLIOGRAFÍA

- Martínez Guillen, M. (2003). *La gestión empresarial equilibrando objetivos y valores*. Madrid: Díaz de Santos.
- Abadín, A. A. (2010). *Responsabilidad Social Universitaria*. España: Universidad de Coruña .
- ADAIR. (2009). *El LIDERAZGO*. Colombia: GEDISA.
- Aguirre Sábada, A. (2007). *Fundamentos de Economía y Administración de Empresas*. Ediciones Pirámide.
- Altamirano, M. (2007). *Responsabilidas Social* .
- Alvarado, L. (2010). *¿Cómo hacer marketing responsable?* Recuperado el Abril de 2013, de <http://www.diarioresponsable.com/portada/destacados/13995-icomo-hacer-marketing-responsable.html>
- Amortegui, G. A. (Mayo de 2011). *Manejatusrelaciones*. Recuperado el 1 de Mayo de 2013, de <http://manejatusrelaciones.obolog.com/pasos-seguir-buen-lider-1200290>
- ARANA. (2007). *www.scribd.com*. Obtenido de www.scribd.com
- Arboleda, U. d. (2009). *Análisis Financiero*.
- Archanco, R. (2011). *Gestión del Conocimiento*. Recuperado el 1 de Mayo de 2013, de <http://papelesdeinteligencia.com/que-es-gestion-del-conocimiento/>
- Arias, S. (2010). *Ciencias Económicas y Comerciales*.
- Armendariz, A. (2009). *Fuentes de Financiamiento*. Mexico.
- Armstrong. (2006). *Recursos Humano*.
- Blanch, J. M. (2003). *Teoría de las relaciones laborales: Fundamentos*. UOC.

- Borell, F. (2007). *"Cómo trabajar en equipo" Relaciones de calidad con jefes y compañeros*. DEUSTO.
- Bouloc, P. (1976). *Dirección por objetivos estrategias para su implantación*. Barcelona: Tecnicos asociados.
- Cabrera, M. (2009). *Inteligencia Financiera*. Recuperado el Mayo de 2013, de inteligenciafinanciera.blogspot.com/.../11-secretos-para-ser-un-b.
- Caluña, M. A. (2012). *"El Marketing Social y el impacto en las ventas de la empresa Fratello Sport de la ciudad de Ambato"*. Ambato.
- Cardona, O. Y. (2009). *Activos Intangibles*. Universidad del Quindío.
- Cedeño Gómez, Á. (2005). *Administración de la empresa*. costa rica: Universalidad estatal a Distancia.
- Cervera Fantoni, Á. L. (2008). *Comunicación total*. Madrid: ESIC.
- Clement., A. (Marzo de 2011). *Pasosparaserlider*. Recuperado el 1 de Mayo de 2013, de <http://pasosparaserlider.wordpress.com/>
- Crosby, P. (2010). *Financiación*.
- Cruz, F. N. (2006). *Telemarketing y Ventas*. Mexico.
- Cruz, L. (Junio de 2008). *Creceempresas*. Recuperado el 1 de Mayo de 2013, de www.crearempresas.com/proyectos09/.../estrategiacompetitiva.htm
- David, R. (2004). *Principio de Economía Pol+itica*. Mexico: Fondo de Cultura Económica.
- Davis, K. (2007). *Los Recursos Humanos*.
- Dolan., S. G. (2009). *La Dirección por Valores*. Mexico.
- Dopico, M. Á. (2008). *Capital humano como fuente de ventajas competitivas / Human Capital as a*. España: Gesbiblo.

- Echanique, E. (2010). *Liderazgo para la Transformación e Innovación Empresarial*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Editorial Vértice. (2008). *Comunicación interna*. Vértice.
- Fischer, S. D. (2011). *Capital Humano en las Empresas*.
- FLORES, D. (2002). *Competencia*. Perú: Marisa de Anta.
- García Jiménez, J. (2004). *La comunicación interna*. España: Dias de santos.
- Gerencie. (2010). *Gerencie*. Recuperado el Mayo de 2013, de <http://www.gerencie.com/relacion-laboral.html>
- Gestión, A. (Abril de 2010). *Apuntes Gestión*. Recuperado el Mayo de 2013, de <http://www.apuntesgestion.com/concepto-productividad/>
- Gil Estallo, M. d. (2001). *Empresa virtual: de la idea a la acción*. Madrid: ESIC.
- Gómez, C. (2010). *Financiamiento de las empresa*. Quito.
- González, R. M. (2008). *Marketing en el Siglo XXI, CAPÍTULO 9. Comunicación integral y marketing* :: 3ª Edición .
- Gordon, A. (2008). *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row.
- Hax, A., & Majluf, N. (2004). *Estrategias para el liderazgo competitivo de la vision a los resultados*. Buenos Aires: Granica.
- Herrera, H. M. (2005). *El marco ético de la responsabilidad social empresarial*. Bogota: Pontificia Universidad Javeriana.
- Hilario, J. (2010). *Financiación de la empresa*.
- Ibáñez, R. E. (2008). *Liderazgo y Compromiso Social*. Mexico: Benémerita Universidad Autónoma de Puebla.
- International Accounty Stradard Board, (. (2011). *Recursos Humano*. USA.
- Itescam. (2011). *Fuentes de Financiamiento de la empresa*.

- Iturralde, M. (2010). *Definición.de*. Recuperado el Abril de 2013, de <http://definicion.de/financiacion/>
- Ketterer, G. (2012).
- Linch, H. y. (2006). *Competitividad empresarial*. Madrid.
- Mancheno, C. (2011). Recuperado el 2013, de http://cdigital.dgb.uanl.mx/te/1020149433/1020149433_03.pdf
- Margeneto. (2010). *Margeneto.com*. Recuperado el Abril de 2013, de <http://www.margeneto.com/articulosgestion/conceptodefinanciacion.html>
- Maroto, D. S. (2012). *El Liderazgo Y Su Incidencia En El Servicio Al Cliente De La Escuela De Conducción Para Conductores No Profesionales De Pelileo Escudecomp S.A.* Ambato.
- Medina, M. G. (2012). “*Estrategias de comercialización y su incidencia en las ventas de la Empresa Milplas CA. LTDA. de Ambato.*”. Ambato.
- Mejía, C. A. (2009). *Los Valores Corporativos*. Medellín: Plaining.
- Mintzberg, H. (2001). *El proceso estartegico conceptos, contextos y casos* . Mexico: Camara nacional de la industria.
- Momberg, M. R. (2007). *Responsabilidad Social Empresarial RSE. Como Ventaja Competitiva*.
- Monterrey, U. V. (2012). *Herramientas RSE para PYMES*. México.
- Muñoz, P. V. (2012). “*La responsabilidad social corporativa (rsc) como instrumento estratégico de comunicación para el incremento del valor de marca: el caso de la publicidad televisiva*”. Bolívar.
- Nanus, W. B. (2009). *Estrategias para un liderazgo eficaz*. México: McGraw Hill.
- OCDE, P. d. (2007). *Capital humano: Cómo moldea tu vida lo que sabes* . Francia.
- O'Leary, E. (2011). *Definición de Liderazgo*. Argentina.

- Ongallo, C. (2007). *Manual de comunicación: guía para gestionar el conocimiento, la información*. Madrid : Dykinson.
- Ongallo, C. (2007). *Manual de comunicación: guía para gestionar el conocimiento, la información*. Madrid: Dykinson.
- organizacional, C. (2009). *Don Hellriegel*. Santa Fé: CENGAGE.
- Ospina, D. E. (s.f.). *Capital humano como factor de crecimiento económico*.
- Palmar, Y. (Octubre de 2010). *emagister*. Recuperado el Mayo de 2013, de <http://www.emagister.com/curso-liderazgo-tiempos-crisis/lider-concepto-caracteristicas>
- Pedraza, Q. (2009). *Planificación financiera" en Contribuciones a la Economía*. España.
- Pedro Francés, Á. B. (2010). *Definición y enfoque de la ética empresarial*. Madrid.
- Peres, W. (2007). *Grandes Empresas y Grupos Industriales Latinoamericanos*. Madrid: CEPAL.
- Porter, M. E. (2010). *La estrategias genéricas de Porter*. USA.
- POVEDA, K. (2002). *Co petencia*. España: Marisa de Anta.
- Proaño, R. (Febrero de 2008). *Empresas y valores*. *Magister*.
- PROhumana. (2009). *Ética Empresarial*.
- Responsable, M. (6 de Abril de 2009). *Responsabilidad Social Corporativa*. Recuperado el 17 de Abril de 2013, de <http://www.rsc-chile.cl/marketing-responsable/marketing-responsable>
- Río, G. D. (2010). *Sistema financiero mexicano. Costo de capital. Préstamo. Crédito*. Argentina.
- Ruiz, G. (02 de Agosto de 2013). *definanzas.com/definicion-de-objetivos*. Recuperado el 12 de Agosto de 2013, de [definanzas.com](http://definanzas.com/definicion-de-objetivos/): <http://definanzas.com/definicion-de-objetivos/>

- Ruiz, G. (8 de Enero de 2013). *Territorio empresas*. Recuperado el 1 de Mayo de 2013, de <http://www.territorioempresas.com/2013/01/08/definicion-de-productividad/>
- Ruiz, V. (2009). *Recursos Humano*.
- Salazar, M. C. (2012). *Liderazgo Empresarial: Visto desde una Perspectiva de Comunicación Organizacional*. Bogota.
- Schein. (2011). *Cultura Organizacional*. U.S.A.
- Solano, D. V. (2010). *Gestión del conocimiento: Del mito a la realidad*. Madrid: Diaz de Santos .
- Sosa, D. S. (2011). *Responsabilidad social empresarial y su incidencia en el desarrollo sostenible de la parroquia Cumbayá*.
- Sousa, J. M. (2010). *Herramientas de RSE*.
- Sveiby, K. E. (2009). *Gestión del Conocimiento*.
- Treto, Y. R. (2011). Fuentes y formas de financiamiento empresarial.
- UAM, U. (2010). *Fuentes de financiación de la empresa*.
- VELA, L. (2006). *Competencia* . Londres: ESIC.
- Zamora, A. (2011). *Comercialización y marketing responsable*. Colombia.

ANEXOS

Encuesta Cliente Interno



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES INTERNOS DE LA EMPRESA
MIAMI SPORT

OBJETIVO: Determinar si el limitado liderazgo empresarial incide en el capital humano de la Empresa Miami Sport.

Instructivo: Marque una X la respuesta que usted crea conveniente.

1. **¿Se proporciona la orientación o inducción al personal en la empresa Miami Sport?**

Siempre	
Casi Siempre	
A veces	
Casi Nunca	
Nunca	

2. **¿Las tareas y funciones establecidas siempre tienen cumplimiento a cabalidad en la empresa Miami Sport?**

Siempre	
Casi Siempre	
A veces	
Casi Nunca	
Nunca	

3. **¿Los objetivos planteados por la empresa Miami Sport se han llegado a cumplir?**

SI	
NO	
NO SE	

4. ¿La empresa Miami Sport se establece objetivo o metas frecuentemente?

Siempre	
Casi Siempre	
A veces	
Casi Nunca	
Nunca	

5. ¿Está de acuerdo con la planificación que efectúa la empresa Miami Sport?

Muy de acuerdo	
Casi de acuerdo	
De acuerdo	
Casi en desacuerdo	
Desacuerdo	

6. ¿El personal de la empresa Miami Sport participa en la toma de decisiones?

Siempre	
Casi Siempre	
A veces	
Casi Nunca	
Nunca	

7. ¿Los efectos de aplicar un liderazgo empresarial serían efectivos?

Muy efectivo	
Efectivo	
Poco Efectivo	
Nada efectivo	

8. ¿Qué tan efectiva es la comunicación corporativa en empresa Miami Sport?

Muy efectivo	
Efectivo	
Poco Efectivo	
Nada efectivo	

9. ¿Qué tan frecuente se realizan capacitaciones en la empresa Miami Sport?

Mensual	
Trimestral	
Semestral	
Anual	
Nunca	

10. ¿Cuál es la aptitud que tienen los altos directivos de la empresa Miami Sport?

Aptitud de creatividad e innovación	
Aptitud profesional	
Aptitud de no habilidades	
Aptitud al desconocimiento	

11. ¿Existe innovación constante en la empresa Miami Sport?

Siempre	
Casi Siempre	
A veces	
Casi Nunca	
Nunca	

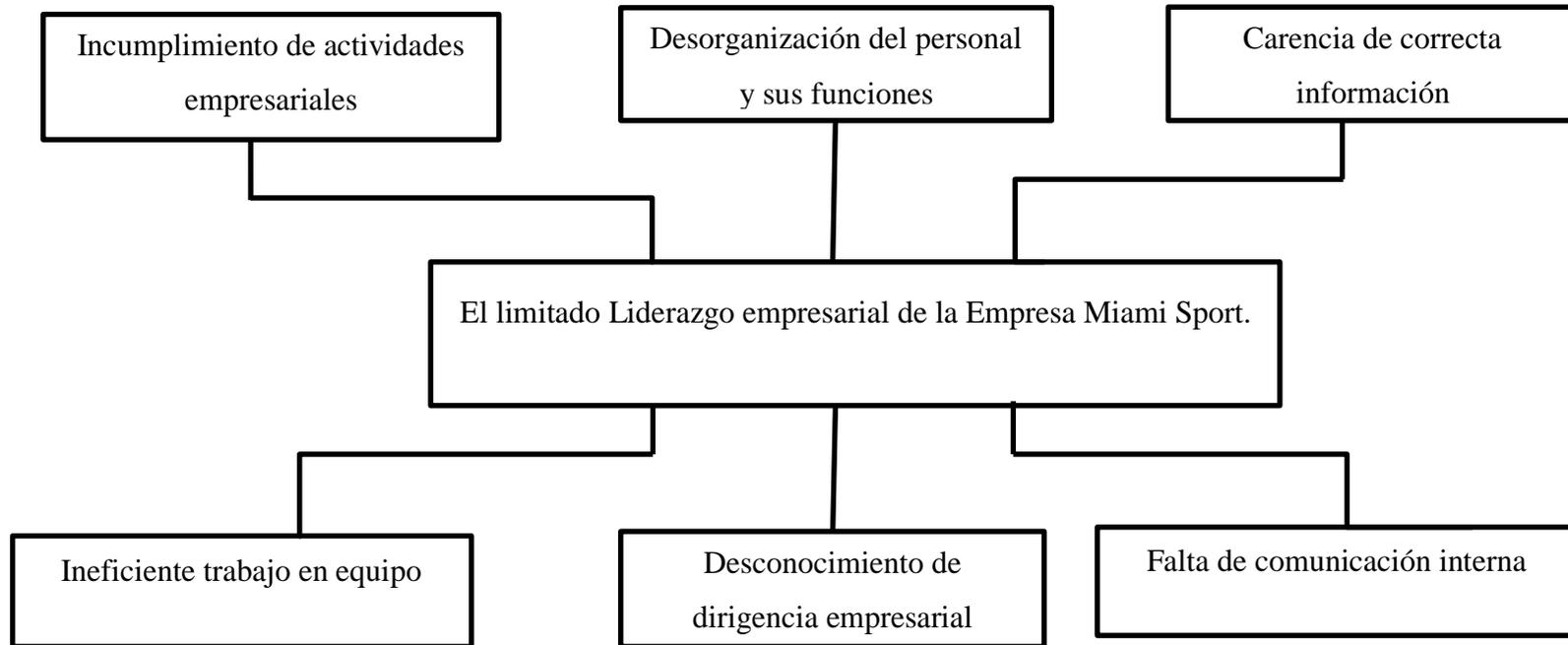
12. ¿Existe un control en la optimización de recursos?

Siempre	
Casi Siempre	
A veces	
Casi Nunca	
Nunca	

13. ¿Cuán eficiente es el personal de la empresa Miami Sport?

Muy eficiente	
Eficiente	
Poco Eficiente	
Nada eficiente	

ARBOL DE PROBLEMAS



Elaborado por: Edwin Quisintuña (2013)