

ESTRATEGIAS DE LIDERAZGO PARA EL INCREMENTO DEL CAPITAL INTELECTUAL EN NEGOCIOS ONLINE

LEADERSHIP STRATEGIES TO INCREASE THE INTELLECTUAL CAPITAL IN ONLINE BUSINESSES

Zhingre Zambrano Enrique Xavier ^{1*}

¹ Maestría Académica con Trayectoria Profesional en Administración de Empresas, Universidad Técnica de Manabí. Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5888-0416>. Correo: ezhingre4024@utm.edu.ec

Alcívar Álava Ignacio Ausberto ²

² Universidad Técnica de Manabí, UTM, Portoviejo. Ecuador. Correo: ignacio.alcivar@utm.edu.ec

* Autor para correspondencia: ezhingre4024@utm.edu.ec

Resumen

Actualmente, el entorno empresarial se ha vuelto más complejo, globalizado y dinámico, teniendo impacto directo en las compañías que desarrollan negocios online, obligándolas a implementar tácticas originales de gestionar su capital intelectual. La compañía ADN Entrepreneur se encuentra en medio de condiciones adversas por la carencia de estrategias de liderazgo, lo que dificulta la toma de decisiones. Por lo cual, el presente estudio se enfoca en analizar las estrategias de liderazgo que permitirán el incremento del capital intelectual en los negocios online de la compañía, misma que se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, un diseño no experimental y un tipo de investigación descriptiva a través de la técnica de análisis documental. Se aplicó la encuesta a trabajadores de la compañía. Los resultados demuestran que se debe motivar permanentemente al personal con el propósito de desarrollar y orientar el capital intelectual y, aprovechando el uso de la tecnología dentro de la compañía, evaluar las facilidades de invertir e innovar en técnicas modernas para operar en el entorno de los negocios online. Bajo este contexto, se deben implementar las estrategias de liderazgo propuestas en la investigación, mismas que son efectivas para incrementar el capital intelectual, el crecimiento y sostenibilidad organizacional.

Palabras clave: capital intelectual; estrategias; negocios online; liderazgo.

Abstract

Currently, the business environment has become more complex, globalized and dynamic, having a direct impact on companies that do business online, forcing them to implement original tactics to manage their intellectual capital. The ADN Entrepreneur company is in the midst of adverse conditions due to the lack of

strategies, which makes decision making difficult. Therefore, the present study focuses on analyzing the leadership strategies that will allow the increase of intellectual capital in the company's online businesses, which was developed under a qualitative approach, a non-experimental design and a type of descriptive research to through the documentary analysis technique, where the survey was applied to company workers. The results show that staff must be permanently motivated with the purpose of developing and guiding intellectual capital and, taking advantage of the use of technology within the company, evaluate the facilities of investing and innovating in modern techniques to operate in the environment of the online business. In this context, the leadership strategies proposed in the research should be implemented, which are effective in increasing intellectual capital, growth and organizational sustainability.

Keywords: *intellectual capital; strategies; online business; leadership.*

Fecha de recibido: 10/03/2023

Fecha de aceptado: 10/05/2023

Fecha de publicado: 11/05/2023

Introducción

En la actualidad los negocios online se han convertido en una herramienta de gran éxito para el mundo empresarial gracias a la apertura y facilidad de acceso al Internet, por lo cual, facilita a las empresas a realizar cambios en el capital intelectual, modificar estructuras, y además permite incorporar nuevas tecnologías y estrategias, todo ello con el objetivo de acceder a nuevos mercados que por la vía tradicional no son posibles. Sin embargo, el aplicar buenas estrategias de liderazgo en las compañías puede convertirse en la mejor táctica para construir los cimientos de la próxima generación de líderes exitosos que mantendrán productiva, ágil y competitiva a una organización.

Cabe señalar, que el capital intelectual a nivel mundial es uno de los temas que ha tenido un crecimiento importante en las últimas décadas, debido a que tiende a ser un recurso clave para el éxito económico y para la creación de valor, en donde compañías de gran renombre como Google, Amazon, Facebook, YouTube e Instagram están contratando personal con conocimiento especializado y formación técnica que puedan proporcionar una ventaja competitiva para las mismas (Beltramino, 2020, pág. 26).

Puede afirmarse que el entorno se ha vuelto cada vez más complejo, globalizado y dinámico en lo económico, lo político y lo social, todo esto ha tenido impacto directo en las compañías que ofrecen negocios online, lo que las ha obligado a implementar nuevas formas de gestión y administración del capital intelectual. A nivel de personas, el capital intelectual es importante dentro de una organización, puesto que la formación técnica de conocimiento y de igual forma de valores es importante para el compromiso de las personas con relación a la organización y viceversa. Y a nivel de empresa los elementos para ampliar el capital intelectual, es apostar por la investigación, innovación.

Por tanto, se ha visto que el problema más frecuente en las grandes compañías las cuales confiadas de la

lealtad de sus clientes y su larga vida en el mercado carecen de nuevos procesos y tecnologías que hacen posible la continuidad operativa en el mundo de hoy. Sin embargo, solucionar los problemas de cumplimiento del capital intelectual es una tarea de principal importancia para todos aquellos negocios que pretendan ser viables en una economía cada vez más digital y acelerada.

Benítez (2018) en su trabajo de investigación *“El liderazgo como fuente de ventaja competitiva para las organizaciones”*, describe que las organizaciones se mueven en un entorno constantemente cambiante, lo que demanda de un liderazgo que asuma la gestión de una manera diferente, más integral, donde sea posible valorar en toda su magnitud, la complejidad de cada una de las decisiones que debe tomar, las que impactan no solo en los resultados de la empresa sino, en las personas que la integran. En correspondencia, una empresa cuyo liderazgo se anticipe a los cambios, con una visión clara y coherente, y es capaz de enriquecer y movilizar, compromiso de sus trabajadores, inspirándoles confianza y seguridad en el éxito como es el caso, indudablemente ejerce una influencia positiva en la generación de ventajas competitivas.

Las teoría de contingencia enfatiza los estilos de liderazgo dependiendo de la situación en la que el líder se encuentre, estas se centran en variables particulares relacionadas con el entorno que pueden determinar qué estilo particular de liderazgo es el más adecuado para la situación, por lo cual, según esta teoría, ningún estilo de liderazgo es mejor para todas las situaciones, en donde, White y Hodgson (1997) sugieren que en un liderazgo verdaderamente efectivo no intervienen solo las cualidades del líder, sino que se trata más bien de lograr un equilibrio entre las conductas, las necesidades y el contexto.

En este contexto, la compañía ADN Entrepreneur fundada específicamente para crear emprendedores, empresarios e inversionistas exitosos, busca la competitividad para poder satisfacer las necesidades de sus clientes en tiempo, precio y espacio correcto. Sin embargo, esta compañía cuenta con algunas deficiencias debido al bajo rendimiento de sus colaboradores, quienes no realizan sus labores adecuadamente, lo que hace suponer que no han desarrollado en su totalidad sus capacidades, y como consecuencia, disminuye la rentabilidad de la empresa.

Cabe considerar, que este problema también se ocasiona por la carencia de estrategias que permitan incrementar el capital intelectual dentro de los negocios online que maneja la compañía, por lo que en esta investigación se propone elaborar estrategias de liderazgo, lo cual le permitirá a la empresa mejorar su nivel de competitividad y diferenciarse de la competencia. Es por ello que los recursos inmateriales son la parte fundamental en la organización, la cual está constituida por las distintas formas de conocimiento e información que tienen las personas y las organizaciones, de igual manera contribuyen a alcanzar un alto lugar competitivo en el mercado.

Bajo esta concepción, el presente estudio se enfoca en identificar las estrategias de liderazgo que permitirán el incremento del capital intelectual en los negocios online de la compañía ADN Entrepreneur, que está conformada por tres CEOS, los que ocupan cargos en tres líneas de trabajo: Marketing Digital, Mercados Financieros y Marketing de Afiliados, cada uno de ellos con un grupo de personas que en primer lugar deben formar transmitiendo competencias técnicas y tecnológicas, para luego evaluar la ejecución de las estrategias de liderazgo y así crear valor a los clientes.

Liderazgo organizacional

Según Chiavenato (2000), en el libro “Administración de Recursos Humanos”, destaca que el liderazgo organizacional es la influencia que tienes con las personas de tu entorno en una determinada situación, la cual es establecida mediante la comunicación humana las cuales apuntan a uno o diversos objetivos específicos que apoyan a un objetivo general (pág. 16).

Por otro lado, Koontz, Weihrich y Cannice (2014), en el libro “Administración: Una perspectiva global”, señalan que el Liderazgo se precisa como dominio, es decir, es el arte de ser capaz de influir en las personas para que colaboren con habilidad y frenesí para el cumplimiento de los objetivos del grupo, por lo que se debe animar a que desplieguen su habilidad y a sentirse parte de ellas (pág. 32). Es decir, el liderazgo organizacional es el medio más apropiado para lograr objetivos empresariales sin caer en lo bajo y mezquino en lo interpersonal.

La teoría de las relaciones humanas corroboró la enorme influencia del liderazgo en el comportamiento de las personas, ya que es necesario en todos los tipos de organización humana, ya sea en las empresas o en cada uno de sus departamentos (Gorbac, 2020). De este modo, Fuentes et al. (2021) en su investigación “*Liderazgo organizacional: una revisión sistemática y análisis bibliométrico*” indica que:

“Las empresas sufren crisis financieras, administrativas, internas y externas a falta de un correcto liderazgo organizacional, sin embargo, para poder enfrentar esta problemática, es importante que haya líderes capaces de adaptarse al cambio, buscando la forma de afrontar los obstáculos que requiere una nueva estructura organizacional” (pág. 21). Por lo cual, el líder debe tener en cuenta los estados y situaciones de cada miembro de la organización.

Así mismo, el perfil del líder debe ser que tenga experiencia en puestos de alta o media gerencia, los gerentes deben concebir, decidir y delinear objetivos con reglas de disposición reglamentaria, tales como metas, productividad, objetivos principales, políticas y ordenamientos. Es esencial destacar que las funciones de quienes integran la compañía ADN Entrepreneur, necesitan brindar motivación, además de conducir de manera eficaz a sus trabajadores, logrando lealtad, fidelidad, estándares elevados en el desempeño y compromiso con los objetivos trazados por la organización.

Se podría afirmar que el papel del liderazgo representa una pieza fundamental dentro de la compañía ADN Entrepreneur ya que a través de aquello se puede impulsar y motivar al personal que labora dentro de la organización, por medio del uso de estrategias adecuadas y así contribuir en el crecimiento de la compañía creando fuerzas competitivas en el sector empresarial.

Estrategias de Liderazgo

- La estrategia de liderazgo tiene que ver con el hecho de tener visión estratégica de los temas que acontecen dentro del trabajo que se realiza en la compañía; abordar los temas desde múltiples puntos de vista; desde el de los clientes, los consumidores, los trabajadores, los accionistas, etc.
- La estrategia de trabajo en equipo; el líder no es el que trabaja de manera individual dentro de la compañía sino el que saca el máximo rendimiento a su equipo de trabajo, de esta manera, es bueno que se dedique tiempo a enseñar al capital humano que aterrizan en nuestra organización.

- La estrategia de saber comunicar bien; ser un buen líder no sólo consiste en tener buenas ideas sino en saberlas comunicar; para esto, se debe ver la manera cómo hacemos llegar a nuestros al personal lo mucho que se sabe sobre el puesto de trabajo que se está desarrollando.
- La estrategia motivación al personal: la motivación es clave para aumentar la productividad empresarial y el trabajo del equipo en las diferentes actividades que realizan los trabajadores, además de que cada integrante se sienta realizado en su puesto de trabajo y se identifique con los valores de la compañía (Fuentes, 2021).

Algunos aspectos efectivos para fomentar el liderazgo en la compañía ADN Entrepreneur son los siguientes:

Tabla 1. Aspectos para fomentar el liderazgo en la compañía ADN Entrepreneur.

Actitud positiva	Se debe de ser y mostrarse optimista, como soporte fundamental, para superar los retos diarios y ser líderes transformacionales; así, se impulsa a todos a trabajar unidos por un mismo objetivo, cuando a esta cualidad se le suman el entusiasmo y la pasión por la compañía, el trabajo y el equipo.
Autoconocimiento	Para ejercer un buen liderazgo es necesario conocerse a sí mismo, saber cómo eres, cuáles son tus virtudes, defectos, capacidades y debilidades; esto es fundamental para descubrir los aspectos que se deben trabajar, también, las habilidades que se necesitan adquirir o potenciar para mejorar y convertirte en el líder que se desea ser.
Habilidades comunicativas	La comunicación asertiva y efectiva, es clave para el éxito empresarial, adquirir esta habilidad es tan importante como saber escuchar, para lograrlo es fundamental entrenar la capacidad de escucha activa, las habilidades oratorias y la asertividad.
Capacidad resolutive	La habilidad para tomar decisiones y buscar soluciones creativas para resolver conflictos, son cualidades que todo líder debe desarrollar, a ellas se debe sumar la capacidad de negociación y eficacia para priorizar.
Formación	El liderazgo eficaz exige formación continua, estar en contacto y saber todo lo que sucede en el mercado, la cual incluye estar al día con los últimos avances tecnológicos, descubrir nuevas estrategias, métodos y modelos de negocio.

Fuente: Elaboración de autores.

Capital intelectual

El capital intelectual se considera como un componente importante para lograr el éxito a través de la gestión de ventaja competitiva en el actual entorno tan cambiante y dinámico. Por tanto, Fernández y Guevara (2022) en su investigación “*Capital intelectual en las Micro y Pequeñas Empresas*” enfatizan que:

“El capital intelectual es un precursor de valor intangible en las organizaciones para generar beneficios futuros, que se puedan adaptar a los cambios del entorno, con la finalidad de seguir siendo competitivas en el mercado, mismo que brinda ganancias y posicionamiento estratégico a cualquier tipo de empresa o compañía, evaluando las capacidades y destrezas de los individuos para generar conocimientos de aprendizaje individual” (pág. 26).

Por lo cual, debe tomarse en cuenta por parte de los gerentes de los negocios como un tema relevante para la realimentación de sus actividades administrativas y operativas, y así regir apropiadamente funciones en cuanto a la ejecución de procedimientos, además de utilizar el conocimiento con la finalidad de perfeccionar la eficacia en las operaciones y a raíz de eso enfrentar competentemente a cualquier incidencia que pueda afectar el óptimo desempeño de las empresas.

La teoría del Capital Intelectual según Euroforum (1998) expone que “Es el conjunto de activos de una empresa, que, pese a que no se refleja en los estados financieros tradicionales, genera valor en el futuro para la empresa.” (pág. 31). Así mismo, lo estructura en tres elementos importantes: capital humano, capital estructural y capital relacional. Igualmente, Brookings (1997) menciona que es la unión de todos los activos inmateriales que le permite a la empresa funcionar eficientemente (pág.25).

El capital intelectual es la combinación de activos inmateriales o intangibles, incluso el conocimiento del personal, la capacidad para aprender y adaptarse, las relaciones con los clientes y los proveedores, las marcas, los nombre de los productos internos, etc., de una organización, que, aunque no están reflejados en los estados contables tradicionales, generan o generarán valor futuro y sobre los que se podrá sustentar una ventaja competitiva sostenida, misma que está dividido en tres componentes o dimensiones: capital humano, capital estructural y capital relacional (Bermúdez, 2019, pág. 57).

En esa perspectiva, Morales (2020) indica que en el Ecuador se han realizado investigaciones con el propósito de determinar la importancia de invertir en el capital intelectual y/o activo intangible concluyendo que, si las empresas invirtieran en el activo intangible, la rentabilidad obtenida sería mayor; debido a que el personal que integra la empresa, contaría en teoría con mayor información y las competencias suficientes para transformar su conocimiento en capital intelectual (pág. 20).

Negocios online

El Internet constituye una fuente de recursos de información y conocimiento compartido a escala mundial; es también la vía de comunicación que permite establecer la cooperación y colaboración entre gran número de comunidades y grupos de interés por temas específicos, distribuidos por todo el planeta. Los negocios online, es decir, aquellos que se ejecutan a través de canales o medios electrónicos, o por una página web, también han sido alcanzados por los cambios de paradigmas, acorde con lo indicado precedentemente se considera que los negocios, con la llegada de internet, han sido susceptibles de modificaciones (Rodríguez, 2018, pág. 15).

En este nuevo entorno virtual tenemos una comunicación constante con otras personas mediante la llegada de las Redes Sociales, donde podemos compartir inclusive contenidos multimedia y hasta poder disfrutar de juegos en línea en grupo, o bien ejecutar distintas Aplicaciones Web (Valero, 2014).

El campo de los negocios online es muy amplio y abarca muchos tipos de empresas, a la hora de establecer unas pautas claves en los negocios online que contribuyan al éxito de los mismos, se hace necesario un análisis de negocios de distintos tipos, dentro del campo online (Martínez, 2016, pág. 58). Existen numerosos tipos de negocios online, por ello, estos son agrupados en seis conjuntos distintos:

- Comercio electrónico
- Negocios basados publicidad

- Negocios basados en marketing de afiliación
- Negocios venta de servicios
- Apps
- Plataformas online de economías colaborativas

El comercio electrónico juega un papel importante en la vida de los internautas, la globalización en la Red ha permitido la apertura de negocios en todo el mundo durante las 24 horas del día, por lo que ha aumentado las posibilidades de éxito de nuestro negocio (Valero, 2014).

Materiales y métodos

La presente investigación se efectuó en la Compañía ADN Entrepreneur, como un estudio descriptivo, según Hernández, Fernández y Baptista (2014) consiste en describir las situaciones, y fenómenos, detallando el contexto actual del problema (pág. 92). El cual, sirve para mostrar las estrategias de liderazgo para incrementar el capital intelectual en la Compañía ADN Entrepreneur. Así mismo, la investigación se presente bajo un enfoque cualitativo, según Pérez (2018) consiste en estudiar la realizada en su contexto natural y como sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas, sin medición numérica. En cuanto al diseño, se define como no experimental, debido a que en el desarrollo no se manipularan las variables.

Se aplicó una encuesta para recoger la información que permitirá contrastar el cuestionario planteado, mismo que responde bajo una escala de tipo Likert, en donde el cuestionario se aplicó a la totalidad de trabajadores de la compañía quienes manejan diferentes tipos de negocios online.

A través de la técnica de análisis documental, se realizó una revisión bibliográfica minuciosa de artículos científicos, libros, folletos, datos institucionales, estado del arte, tesis, fuentes electrónicas situadas en la red web, entre otros, se recopilaron, analizaron y se resumieron para incrementar la eficacia general de la investigación, y caracterizar de manera crítica la situación que presenta la compañía ADN Entrepreneur, pudiendo valorar cuáles son las estrategias a desarrollar de manera particular para alcanzar su crecimiento y así lograr llegar a conclusiones críticas precisas sobre el tema estudiado. Para el análisis de los datos en la investigación se utilizará el programa estadístico Excel, el cual se utilizará con la finalidad de organizar y presentar la información en representaciones gráficas.

Población de estudio: La población estuvo conformada por los trabajadores de los negocios online de la compañía ADN Entrepreneur, la cual está constituida por un total de 10 trabajadores.

Tamaño de la muestra: No se calculó muestra debido a que en la investigación se consideró una población pequeña, por lo tanto, no fue necesario calcular la muestra, siendo necesario trabajar directamente con los 10 trabajadores que conforman la compañía ADN Entrepreneur.

Resultados y discusión

Se podría afirmar que el papel del liderazgo juega un factor fundamental dentro de la compañía ADN Entrepreneur ya que a través de aquello se puede impulsar y motivar al personal que labora dentro de la organización, por medio del uso de herramientas adecuadas que contribuyan con lo planteado y al crecimiento

del capital intelectual de la empresa creando fuerzas competitivas en el sector empresarial. Para tal efecto, se muestran los resultados de aspectos significativos que maneja la compañía.

En lo referente a los resultados obtenidos de la Figura 1, el 50% de los trabajadores consideran que siempre la compañía debe motivar permanentemente al personal, para un 30% algunas veces y el 20% indicaron nunca.

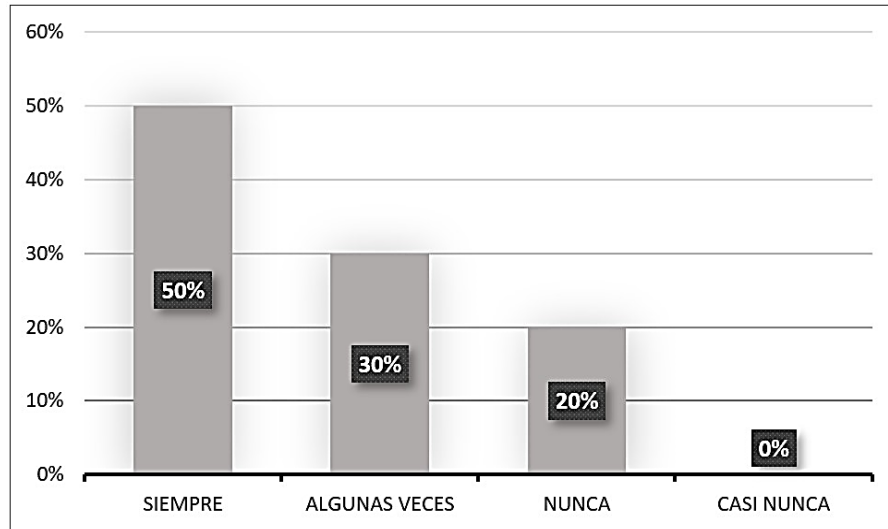


Figura 1. Motivación permanente al personal.

Fuente: Elaboración propia.

En lo referente al Figura 2, los resultados demuestran que el 50% de los trabajadores manifiestan desacuerdo ya que consideran que la compañía no cuenta con estrategias de liderazgo que permita incrementar el capital intelectual, a lo que le hace vulnerable ya que puede ir perdiendo clientes y ser menos competitiva en el mundo de los negocios online, así mismo, el 30% están totalmente en desacuerdo, mientras que el 20% están de acuerdo.

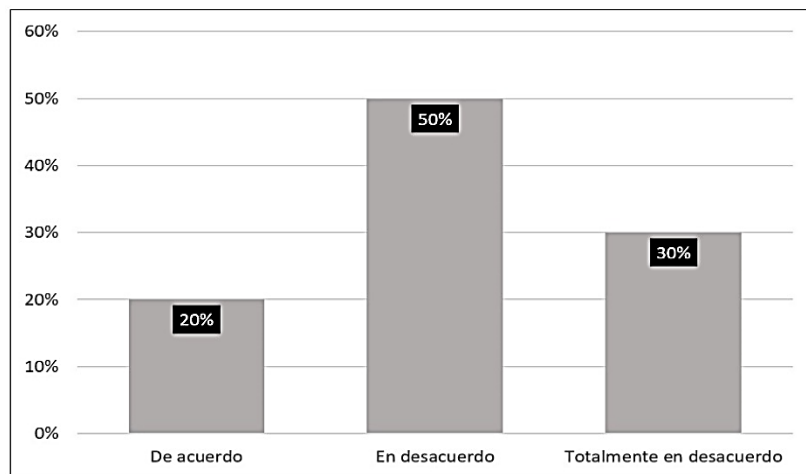


Figura 2. La compañía cuenta con una estrategia de liderazgo.

Fuente: Elaboración propia.

En lo referente a la Figura 3, según la información obtenida en cuanto a la capacidad del personal de la compañía para adaptarse a la flexibilidad, los resultados demuestran que el 50% de los encuestados están en desacuerdo ya que consideran que no se encuentran preparados para los cambios que puedan presentar, además que la compañía no le presta atención a las necesidades que tienen, el 30% están totalmente en desacuerdo, mientras que el 20% están totalmente de acuerdo.

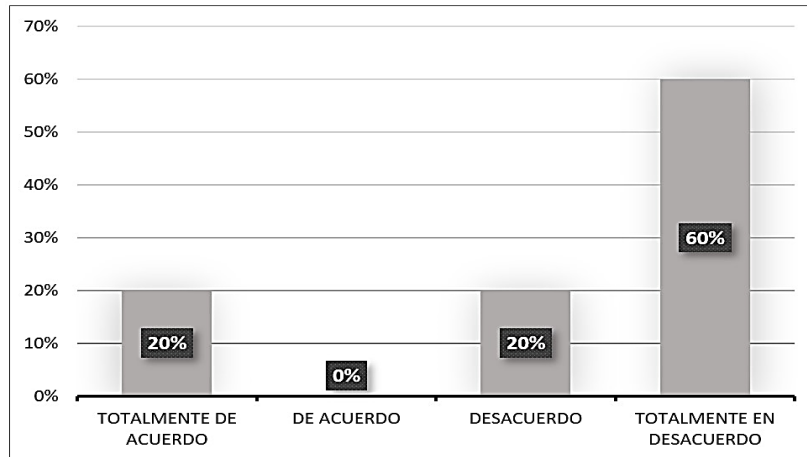


Figura 3. Capacidad del personal de la compañía para adaptarse a la flexibilidad.

Fuente: Elaboración propia.

En lo referente a la Figura 4, de acuerdo a los resultados obtenidos, se observa que el 70% de las personas encuestadas están de acuerdo con el uso de la tecnología de la compañía ya que les brinda las facilidades de invertir e innovar en nuevas tecnologías modernas e idónea para operar en el mundo de los negocios online, un 20% están en desacuerdo por lo que indican que les falta invertir más, mientras que el 10% están totalmente en desacuerdo.

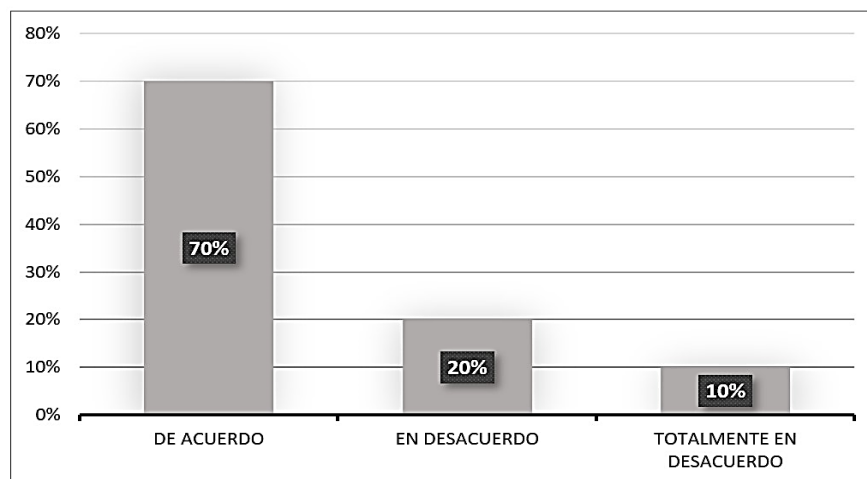


Figura 4. Uso de la Tecnología por parte de la Empresa.

Fuente: Elaboración propia.

En lo referente a la Figura 5, de acuerdo a los datos obtenidos en relación a los resultados esperados por la compañía, se observa que el 70% de los encuestados están en desacuerdo ya que opinan que los resultados que obtienen la compañía no es la idónea y por lo tanto tiene que seguir trabajando para conseguir mejores resultados, aumentando la productividad y logrando ser más competitivos, el 20% están totalmente de acuerdo y el 10% están totalmente en desacuerdo.

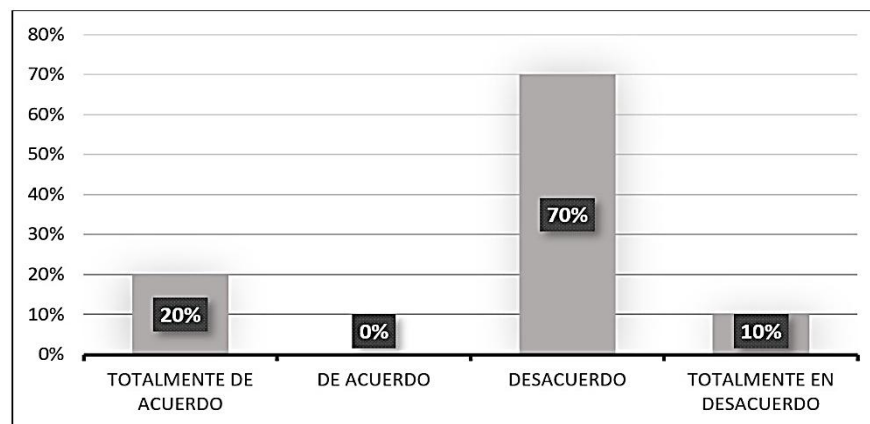


Figura 5. Resultados esperados por la compañía.

Fuente: Elaboración propia.

A partir de lo antes mencionado y en base a los resultados obtenidos, se describen a continuación las estrategias de liderazgo más efectivas para alcanzar el crecimiento y sostenibilidad, mismas que se deben implementar dentro de la compañía ADN Entrepreneur, estas son las siguientes

- Asegurar una cultura organizacional que construya un fuerte sentimiento de pertenencia y comunidad, más allá de realizar las tareas asignadas por el líder, los colaboradores deberían sentirse fuertemente conectados y trabajar juntos hacia un mismo objetivo.
- Desarrollar habilidades de liderazgo pensando en la compañía como un gran equipo, teniendo esto en cuenta las expectativas y los objetivos deben ser establecidos de forma colectiva y alinearse a las metas personales y profesionales de los trabajadores, siendo fundamental escuchar todas las increíbles e innovadoras ideas que los miembros de la organización tienen para compartir.
- El liderazgo también implica mejorar los aspectos significativos dentro de la compañía entre líderes y colegas, siendo esta una gran manera de fomentar el liderazgo ya que ayuda a que el talento humano de la compañía se sienta valorados y se les da el chance de alcanzar su máximo potencial.
- Promover incentivos de motivación para adoptar el crecimiento profesional a lo largo de la compañía, asegurándose que los trabajadores puedan adaptarse y desarrollar habilidades de liderazgo dentro de un contexto cambiante, al incentivar a los miembros de la organización a buscar oportunidades alineadas a sus intereses y objetivos, hay más probabilidades de que puedan mejorar sus habilidades.

Los negocios, como parte de la interrelación social, deben ser expresiones de respuesta a los requerimientos de los miembros de la sociedad. De hecho, las iniciativas empresariales se derivan de la detección de necesidades en otros y la conciencia de la capacidad de satisfacerlas, en uno mismo (Gattorna, 2009). Las

oportunidades de negocios también pueden ser percibidas en los problemas de los demás o propios, cuando se puede visualizar en uno el poder de resolverlos. Por otro lado, las preferencias de las personas, sin ser necesidades o problemas, sirven de fuente de generación de ideas de negocios (Filion, Cisneros, y Mejía, 2011).

En el diseño de estrategias de liderazgo, es necesario que la iniciativa empresarial esté enfocada en la presentación de una oferta de valor para el cliente. No obstante, la motivación de los negocios no se genera en el deseo de satisfacer necesidades, resolver problemas o complacer preferencias, sino en el afán de obtener lucro. En otras palabras, cuando un poseedor de capitales o de conocimientos reconoce una necesidad, o un problema, o una preferencia, detecta una oportunidad, no de servicio, sino de ganancia. Entonces, configura una estrategia que le permita captar los recursos que, en forma de utilidad, puede obtener de atender los requerimientos del cliente (Kaplan & Norton, 1996).

Bajo esta concepción, se analizan los resultados obtenidos a partir del estudio realizado. Por lo cual, algunas dificultades exigen a la compañía ADN Entrepreneur emplear estrategias de liderazgo ante este entorno sistémico, complejo e incierto, en donde el liderazgo no es un concepto que afecta sólo a directivos y jefes de equipo, así mismo al personal que labora dentro de la compañía brindando mejoras en su rendimiento laboral, pero sobre todo se ha hecho evidente la necesidad de actuar frente a su capital intelectual.

Cabe considerar, que el liderazgo es una cualidad que va más allá de jefes o ejecutivos de una empresa o negocio; sin embargo, es indispensable promoverlo, de manera adecuada. Inicialmente se pensaba y afirmaba que el liderazgo era una capacidad innata de las personas; sin embargo, nuevas teorías confirman que se puede promover, solo es necesario aprender y desarrollarlas de acuerdo a las habilidades personales para ser un buen líder.

De igual manera Ronda (2020) indica que la implementación de las estrategias involucra a todas las funciones y personas de la empresa, pero al ápice estratégico le corresponde evaluar y liderar los tres elementos esenciales de este proceso: el cambio estratégico, la estructura formal e informal y la cultura.

Por lo antes expuesto se considera que el papel del liderazgo es decisivo en esta fase de la dirección estratégica ya que los resultados positivos o negativos dependen de ello, el liderazgo es un arte o proceso para incidir sobre las personas de manera que realicen determinada actividad, son a aquellas que son portadoras de satisfacción de sus necesidades e intereses; sin embargo el implementar estrategias de liderazgo dentro de la compañía ADN Entrepreneur los cuales son puntos claves para que toda organización logre desarrollarse en su entorno, la comunicación efectiva que el líder y los miembros de equipo tengan deben de influir de manera positiva al momento de designar y comunicar las actividades que se deben realizar.

El autor Puyo (2020) indica que la implementación de la estrategia es fundamental para lograr el desarrollo sostenido de las compañías ante los retos que enfrentan para satisfacer las necesidades y exigencias de un mercado cada vez más competitivo, esta hace parte del proceso de dirección estratégica, la cual cuenta esencialmente de tres fases: la planificación o formulación, la implementación y el control.

En este orden de ideas, uno de los grandes retos en el mundo actual para cualquier empresa o institución, es brindar un buen producto o servicio de calidad a los usuarios, y que estos por lo tanto se encuentren satisfechos. Muchas veces se tiene la idea que solo las grandes compañías pueden emprender esfuerzos por

ofrecer un producto o servicio de calidad, o que la calidad es alcanzable, y una vez logrado se terminó todo el proceso. La satisfacción es producto de la calidad y actitud positiva en la atención que manifiesten las organizaciones, en esa perspectiva, Tapia (2016) indica que para que el capital intelectual pueda actuar como sistema generador de emprendimiento e innovación, tanto en una perspectiva macroeconómica, como en microeconómica, es fundamental el cambio de actitudes sociales e incorporación y desarrollo de una cultura innovadora.

Conclusiones

Basado en las fuentes teóricas consultadas y el análisis realizado en la investigación se pudo concluir que el liderazgo es una habilidad fundamental dentro de la compañía ADN Entrepreneur ya que a través de aquello se puede impulsar y motivar al personal que labora dentro de la organización por medio de estrategias adecuadas que contribuyan en el crecimiento del capital intelectual de la compañía.

De acuerdo a los resultados, se comprende que la compañía debe motivar permanentemente al personal, sin embargo, la compañía no cuenta con estrategias de liderazgo que permita incrementar el capital intelectual, a lo que le hace vulnerable ya que puede ir perdiendo clientes y ser menos competitiva en el mundo de los negocios online. Sin embargo, es necesario gestionar el uso de la tecnología de la compañía ya que les brinda las facilidades de invertir e innovar en nuevas tecnologías modernas e idónea para operar en el mundo de los negocios online, aumentando la productividad y logrando ser más competitivos.

En esta misma línea, mediante la metodología se identificó que es necesario implementar las estrategias de liderazgo desarrolladas en la investigación, que son las más efectivas para alcanzar el crecimiento y sostenibilidad organizacional de la compañía ADN Entrepreneur. Si bien es cierto los líderes tienen tres responsabilidades principales, que incluyen dirigir a las personas para lograr la misión de la empresa, desarrollar estrategias con las partes interesadas de la organización y gestionar los recursos de la organización.

Referencias

- Beltramino, N. (2020). La gestión del capital intelectual y su efecto en la innovación y en el rendimiento de las Mipymes: un estudio empírico. Cartagena: [Tesis, Universidad Politécnica de Cartagena].
- Benítez, R., Capa, L., & Capa, X. (2018). Las estrategias de liderazgo como fuente de ventaja competitiva para las organizaciones. *Revista Universidad y Sociedad*, 22.
- Bermúdez, S. (2019). Diagnóstico del capital intelectual en una empresa . *Revista Escuela De Administración De Negocios*, 57–76.
- Chiavenato. (2000). *Administración de recursos Humanos* (5ta ed.). Colombia: McGraw Hill.
- Fernández, D., & Guevara, G. (2022). Capital intelectual en las Micro y Pequeñas Empresas. *Revista comunicación*, 26.
- Filion, L. J., Cisneros, L. F., & Mejía-Morelos, J. H. (2011). *Administración de PYMES* (1 ed.). México: PEARSON.

- Fuentes, Y., Monsale, J., & Pabón, J. (2021). Liderazgo organizacional. Una revisión sistemática y análisis bibliométrico. *Revista Criterio Libre*, 21.
- Gattorna, J. (2009). Cadenas de abastecimiento dinámicas (Living Supply Chains) (1 ed.). Bogotá: ECOE Ediciones.
- Gorbac, O. (2020). Liderazgo organizacional. Perú: Escuela Académico Profesional de Administración.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). Cuadro de Mando Integral (The Balanced Scorecard) (2 ed.). Barcelona: Gestión 2000.
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2014). Administración: Una perspectiva global (14 ed.). México: McGraw Hill.
- Martínez, Á. (2016). Negocios online: Las claves del éxito. Madrid: Universidad Pontificia Comillas, Icade.
- Martínez, J. (7 de Abril de 2014). Escuela de organización industrial (EOI). Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/04/07/la-responsabilidad-social-empresarial-rse/>
- Mora, A. (2019). Análisis del capital intelectual como estrategia de toma de decisiones. Guayaquil, Ecuador: [Tesis, Universidad de Guayaquil].
- Morales, J. (2020). El capital intelectual y su impacto en el rendimiento financiero del sector calzado en el Ecuador. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31729/1/T4857ig.pdf#page=33&zoom=100,148,472>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación. México. McGraw-Hill
- Parrales, C., & Vera, G. (2021). La responsabilidad social empresarial y su papel estratégico en la competitividad de las empresas exportadoras internacionales. *Revista Científica Yachana*, 22.
- Puyo, G. (11 de Septiembre de 2020). Gestipolis. Obtenido de liderazgo e implementación de la estrategia en la empresa: <https://www.gestipolis.com/liderazgo-implementacion-estrategia-empresa/>
- Rodríguez, B. (2018). Los negocios realizados por internet. *Revista del instituto de ciencias jurídicas.*, 15.
- Ronda, G. (2020). Liderazgo e implementación de la estrategia en la empresa. México.
- Tapia, M. (2016). El capital intelectual. *Revista comunicación*, 20.
- Valero, J. (2014). Relevancia del E-commerce. *Administración y dirección de empresas*, 102.