UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Ingeniera de Empresas

TEMA: "El Liderazgo Empresarial y su impacto en la Comercialización de la empresa Cobre Sistemas S.A."

Autora: Lilibeth Verónica SanMartin Pangay

Tutora: Ing. Amparito Cecilia León Saltos

AMBATO-ECUADOR

Octubre 2016

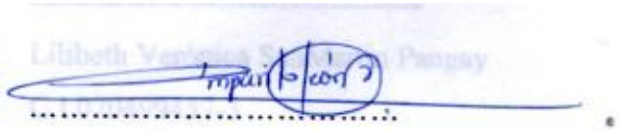
APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Amparito Cecilia León Saltos

CERTIFICA:

El presente proyecto ha sido prolijamente revisado. Por tanto autorizado la presentación de este Proyeto de Investigación , el mismo que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad.

Ambato, 27 de Septiembre del 2015



Ing. Amparito Cecilia León Saltos
CI 1707931976
TUTORA

DECLARACIÓN DE AUNTENTICIDAD

Yo Lilibeth Verónica SanMartin Pangay manifiesto que los resultados obtenidos en la presente invetigación previo la obtención del Titulo de Ingenieria de Empresas son absolutamente originales, auténticos y personales, a excepción de las citas.

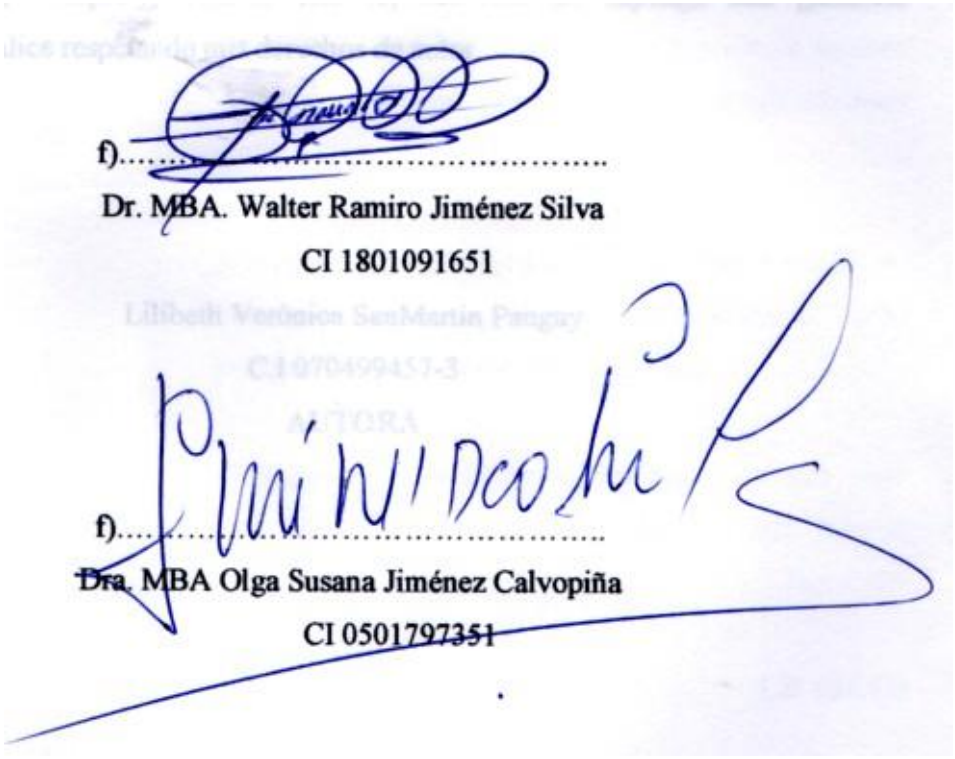
Lilibeth Verónica SanMartin Pangay

C.I 070499457-3

AUTORA

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

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



f).....

Dr. MBA. Walter Ramiro Jiménez Silva

CI 1801091651

f).....

Dra. MBA Olga Susana Jiménez Calvopiña

CI 0501797351

Ambato, 22 de Febrero del 2016

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato para que haga de este proyecto parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos en la línea patrimoniales de mi proyecto con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una gananancia económica y realice respetando mis derechos de autor.

Lilibeth Verónica SanMartin Pangay

C.I 070499457-3

AUTORA

DEDICATORIA

A Dios por, darme la sabiduría y el conocimiento desde lo alto y guiar mis pasos por el buen camino, por la fortaleza que derramó para seguir adelante en este proyecto.

A mi Padre por ser mi angelito mi motivación mi inspiración y mi luz desde el cielo, a pesar de no estar a mi lado este logro es para ti siempre tu infinito amor va reinar dentro de mí.

A mi bella Madre que ha sido mi ejemplo a seguir, mi fuerza, mi fortaleza, que con sus sabios consejos me ha fortalecido cuando me encontrado triste.

A todas aquellas personas, familiares amigos que estuvieron presentes en los momentos que más lo necesitaba.

LILIBETH

ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA i
APROBACIÓN DEL TUTOR ii
DECLARACION DE LA AUNTENTICIDAD iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO iv
DEDICATORIA vi
ÍNDICE DE CUADROS x
ÍNDICE DE GRÁFICOS xi
ÍNDICE DE TABLAS xii
ÍNDICE DE ANEXOS xiii
RESUMEN EJECUTIVO xiv
INTRODUCCIÓN 1

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. TEMA 3
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 3
1.2.1 Contextualización 3
1.2.2 Análisis Crítico 7
1.2.3 Prognosis 7
1.2.4 Formulación del Problema. 8
1.2.5 Interrogantes 8
1.2.6 Delimitación del objeto de Investigación 8
1.3 JUSTIFICACIÓN 9
1.4 OBJETIVOS 10

CAPÍTULO II

MARCO TEÒRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS 11
2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA. 14

2.3.1 LIDERAZGO EMPRESARIAL (VARIABLE INDEPENDIENTE)..... 18
2.4 HIPÓTESIS..... 32
2.5 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES..... 32

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN..... 33
3.2 MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN..... 33
3.3 NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN..... 34
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA..... 35
3.5 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES..... 36
3.6 PLAN DE RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS..... 38
3.7 PLAN DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS..... 39

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS..... 40
4.2 ENCUESTA REALIZADA A LOS CLIENTES INTERNOS..... 41
4.3 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS..... 56

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones..... 60
5.2 RECOMENDACIONES..... 61

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 DATOS INFORMATIVOS..... 63
6.2ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA..... 64
6.3 JUSTIFICACIÓN..... 65
6.4.1 OBJETIVO GENERAL..... 66

6.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:.....66
6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD 66
6.6 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA -TÉCNICA 67
BIBLIOGRAFIA.....94
INTERNET 96
ANEXOS.....97

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: El Liderazgo Empresarial 36
Cuadro 2: La Comercialización 37
Cuadro 3: Recolección de la información 38
Cuadro 4: Procesamiento y Análisis 39
Cuadro Nº 5: Cronograma de actividades 91
Cuadro Nº 6: Recursos Materiales 93
Cuadro Nº 7: Recursos Tecnológicos 94
Cuadro Nº 8: Recursos Financieros 94

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1: Tiempo de Trabajo.....44
Grafico 2: Relación Laboral.....42
Grafico 3: Liderazgo empresarial.....43
Grafico 4: Grado de Satisfacción.....44
Grafico 5: Decisiones de Gerencia.....45
Grafico 6: Gestión Comercial.....46
Grafico 7: Objetivos de la Empresa.....47
Grafico 8: Comercialización de Productos.....48
Grafico 9: Infraestructura Física.....49
Grafico 10: La Comunicación.....50
Grafico 11: Satisfaccion del Producto.....51
Grafico 12: Servicio al Cliente.....52
Grafico 13: Gestión Comercial.....53
Grafico 14: Atención al Cliente.....54
Grafico 15: Demanda del mercado.....55
Grafico 16: Análisis FODA.....70
Grafico 17: Pirámide.....78
Grafico 18: Organigrama Estructural.....98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tiempo de Trabajo 41
Tabla 2: Relación Laboral 42
Tabla 3: El Liderazgo Empresarial 43
Tabla 4: Grado de Satisfacción con metas propuestas 44
Tabla 5: Decisiones tomadas por la Gerencia 45
Tabla 6: Gestión Comercial de la empresa 46
Tabla 7: Objetivos 47
Tabla 8: Comercialización de Ventas 48
Tabla 9: Infraestructura 49
Tabla: 10: La Comunicación 50
Tabla 11: Satisfacción de Productos 51
Tabla 12: Servicio de Atención 52
Tabla 13: Gestión Comercial 53
Tabla 14: Departamento de Ventas 54
Tabla 15: Servicios de Productos 55
Tabla 16: Liderazgo Empresarial 57
Tabla 17: Comercialización 57
Tabla 18: Matriz de Alternativas 57
Tabla 19: Calculo x2 Chi cuadrado 58
Tabla 20: Análisis Interno 71
Tabla 21: Análisis Externo 71
Tabla 22: Características de un Líder 74

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO Nº1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL 98
ANEXO Nº 2 CUESTIONARIO 99
ANEXO Nº 3 TRÍPTICO 103
ANEXO Nº 4 PUBLICIDAD 105

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa Cobre Sistemas S.A. se dedica a la comercialización de productos Acabados de contrucción piscinas turcos Hidromasajes Sistema de Calentamiento a Gas., dentro del mercado regional, creando fuentes de trabajo, la cual ha ido percibiendo fases de crecimiento y desarrollo de la misma.

Es por eso que el trabajo de investigación tiene como finalidad incrementar las ventas en el área comercial, dentro de esto se detalla todos los aspectos relacionados con el Liderazgo Empresarial y su impacto en la comercialización de la empresa, ya que servirá a los colaboradores a poseer nuevos conocimientos, habilidades, para un mejor desempeño de sus respectivas áreas.

Por medio de la investigación se obtuvo los datos de campo aplicado a los clientes internos y externos de la empresa indica cuán importante es el Liderazgo basado en Resultados para poder mejorar el desarrollo empresarial.

La propuesta de este proyecto es Diseñar un Modelo de Liderazgo basado en resultados que permita mejorar la Comercialización de la empresa Cobre Sistemas S.A con el único fin de incrementar sus ventas en el mercado, se logrará que los colaboradores posean mejor desenvolvimiento y mejorar la atención al cliente y así poder satisfacer los requerimientos y las necesidades obteniendo unión entre cada uno de los miembros manteniendo su eficiencia de este modo tener un progreso laboral en lo comercial.

Palabras claves:
Liderazgo Empresarial,
Comercialización
Ventas
Materiales de Construccion
Cobre Sistemas S.A

EXECUTIVE SUMMARY

About Systems Company S.A. It is dedicated to marketing products in the regional market, creating jobs, which has been receiving phases of growth and development of it.

That's why the research aims to increase sales in the commercial area, within that all aspects of the business leadership and its impact on the marketing of the company is detailed, and that will help employees to possess new knowledge, skills, and abilities to perform better in their respective areas.

Through research data field applied to internal and external customers of the company was obtained indicates how important the leadership based on results to improve business development.

The purpose of this project is to design a model of leadership based on results that will improve the marketing of the company Cobre Sistemas SA for the sole purpose of increasing their sales and especially monopolize the market, it will ensure that employees possess better development and improve customer service so we can meet the requirements and needs getting union between each maintaining its efficiency thus have a labor progress in trade members.

Keywords:

Business leadership,
Merchandising
Sales
Skills
Development
Abilities

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como propósito emplear el estilo de Liderazgo Empresarial para incrementar las ventas en el área de comercialización de la empresa Cobre Sistemas S.A, teniendo como objetivo principal Diseñar un Modelo de Liderazgo basado en resultados que permita mejorar el desempeño laboral de sus colaboradores dentro de la misma.

La Tesis consta de seis Capítulos, lo que nos permitieron estudiar los distintos temas.

Capítulo I se estudia el Problema principal y su incidencia dentro de la empresa dando a conocer la formulación del problema y objetivos.

Capítulo II el Marco Teórico contiene la revisión de las teorías con la finalidad de interpretar el problema u objeto de estudio. Mediante la categorización de las variables lo cual servirá como modelo para proporcionar el desarrollo de la propuesta.

Capítulo III se efectúa un enfoque de diferentes tipos de investigación el análisis de la modalidad al igual que la metodología utilizada, se basa en una búsqueda bibliográfica y en una intervención de campo en la empresa Cobre Sistemas S.A. a través de un cuestionario a los clientes la misma que servirá para la aplicación de nuevas técnicas de investigación del proyecto.

Capítulo IV se realiza un análisis e interpretación de todos los resultados obtenidos por medio de la encuesta realizada a los colaboradores, y clientes externos para luego proceder a la verificación de la Hipótesis.

Capítulo V se presentan todas las Conclusiones y Recomendaciones para la propuesta del mejoramiento de la empresa.

Capítulo VI se desarrollara la propuesta cuyo tema es Diseñar un Modelo de Liderazgo basado en resultados que permita mejorar la comercialización de la empresa Cobre Sistemas S.A para incrementar sus ventas, y cumplir con las meta propuestas ya que se detalla con más claridad cada uno de dichos elementos como son datos informativos, antecedentes de la propuesta, la justificación, objetivos principales, análisis de factibilidad, la fundamentación metodológica y la aplicación del Liderazgo Empresarial siendo fundamental para poner en marcha la propuesta de la empresa

En los Anexos se adjunta los modelos de encuesta realizada e imágenes de la empresa.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1.TEMA

El Liderazgo Empresarial y su impacto en la Comercialización de la empresa Cobre Sistemas S.A.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El inadecuado Liderazgo Empresarial incide en la Comercialización de la empresa Cobre Sistemas S.A.

1.2.1 Contextualización

A nivel mundial en las empresas, el liderazgo empresarial está considerado como un aspecto muy relevante para alcanzar altos niveles de eficacia y eficiencia empresarial, ya que ejerce influencia directa en el desempeño laboral de los trabajadores y éste se ve reflejado en los resultados.

Medir el nivel de liderazgo empresarial que brinda a las organizaciones un indicador de satisfacción laboral que facilita adelantar acciones para fortalecer las mejores condiciones del desempeño y dinámica organizacional, fuente del éxito de la empresa y de sus empleados.

El estudio del Liderazgo Empresarial permite diagnosticar factores y variables, relacionados con el "estado de ánimo" del recurso humano dentro de la organización, el cual influye en el comportamiento y desempeño de los empleados en el trabajo. Entendiendo que dicho comportamiento no es la resultante de los factores organizacionales existentes, sino que éste depende de las percepciones que tengan los empleados de estos factores, de las actitudes, interacciones y experiencias que cada miembro tenga con respecto a la empresa.

Como resultado del aumento en la competencia, tanto en intensidad como en número de competidores, producto de la globalización y los avances tecnológicos, el tema de liderazgo empresarial dentro de los negocios está recibiendo una creciente atención a nivel mundial. Las empresas no escapan a la realidad de clientes más exigentes y a la desregulación de los mercados, ni pueden ignorar las grandes oportunidades de la globalización y la tecnología, que aprovechadas por competidores nacionales e internacionales se convierten en amenazas significativas.

En el entorno los cambios se han ido dando por, la necesidad de aplicar el Liderazgo Empresarial nunca ha sido mayor. En tiempos turbulentos, las interrogantes de un buen liderazgo empresarial trata de responder a dirección futura de los negocio, las necesidades que poseen las empresas del recurso humano dentro de la organización, el probable el comportamiento de los competidores

El Departamento de Recurso Humano es el principal recurso más valioso dentro de la organización, el tiempo que dediquemos para brindarle un adecuado ambiente de trabajo debe ser considerado como una inversión a largo plazo, ya que una trabajador motivado se siente impulsado para asumir responsabilidades y encaminar su conducta laboral a la

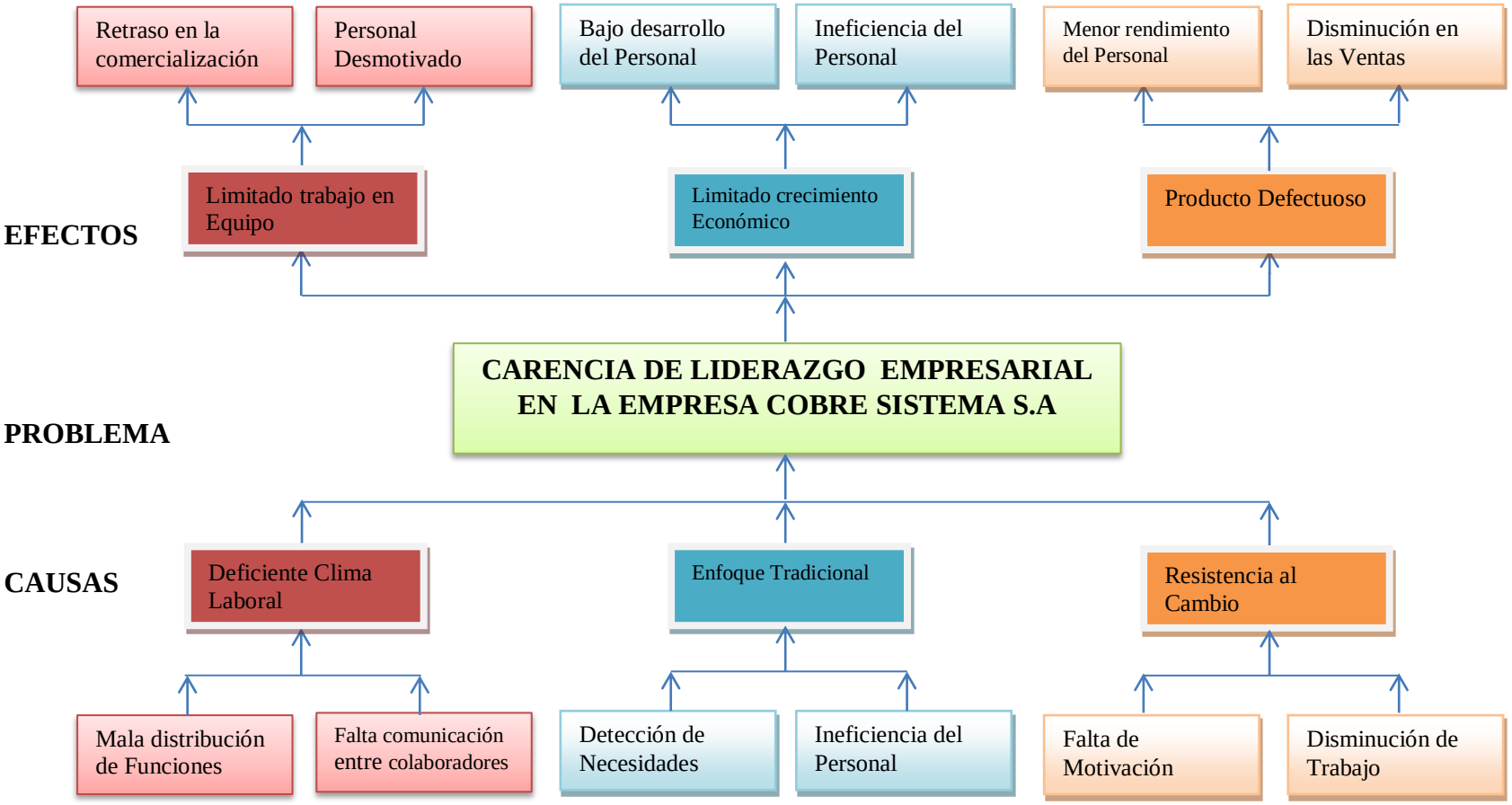
excelencia; Analizado desde otro punto de vista el Liderazgo Empresarial es desfavorable, en términos de modos de comunicación, estilos de liderazgo y sistemas de reconocimiento, se ve reflejado en los ausentismos, retrasos, aparición de conflictos, entre otros.

Cobre Sistemas S.A se fundó en el año 1998 pero en el año 2002 ya se posiciono en el mercado como una empresa líder cuyo objetivo social es la distribución de accesorios para casa como calefones, jacuzzis lozas y diversos productos para equipamiento de cocina ,etc.

Los directivos manifiestan que la responsabilidad de esta empresa es comprender y cumplir con las necesidades actuales y futuras de los clientes además de estar involucrada con el desarrollo del capital humano, generando fuentes de trabajo y buscando el crecimiento rentable y equilibrado de la comercialización

Una vez realizado este análisis, surge el presente estudio, el cual pretende determinar Liderazgo Empresarial y su Impacto en la Comercialización en la Empresa Cobre Sistemas S.A buscando proponer alternativas de mejora que permitan incrementar dicho desempeño.

ÁRBOL DE PROBLEMAS



1.2.2 Análisis Crítico

Al recolectar toda la información dentro de la empresa Cobre Sistemas S.A, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

El inadecuado Liderazgo Empresarial en la comercialización dentro de la empresa se ha visto involucrado en muchos inconvenientes una de las principales causas es el deficiente clima laboral y el limitado trabajo en equipo, el cual provoca que muchos de sus colaboradores no estén motivados y no posean una buena comunicación entre ellos, dando como resultado no comprometerse totalmente con la organización.

El enfoque tradicional que poseen cada uno de los colaboradores que la conforman, no permite que la empresa siga creciendo, la falta de motivación se ha ido incrementando cada día más es por eso que se ha visto afectada directamente la comercialización.

La resistencia al cambio hace que disminuya la calidad de trabajo de tal manera que no se está cumpliendo con los objetivos propuestos teniendo como efecto principal la disminución de ventas.

1.2.3 Prognosis

Si la empresa cobre sistemas S.A no da solución al problema que actualmente está atravesando se creara un limitado trabajo en equipo entres todos sus colaboradores, dando como consecuencia el retraso en la comercialización con un porcentaje de personal desmotivado, por ende los objetivos propuestos dentro de la empresa no serán alcanzados teniendo un limitado crecimiento económico ya que se verán afectados los ingresos, esto influirá directamente de manera negativa incluso arriesgándose a no ser competitivos y llegar al cierre total de la misma.

1.2.4 Formulación del Problema.

¿Cómo el inadecuado Liderazgo Empresarial incide en la Comercialización de la empresa Cobre Sistemas S.A.

1.2.5 Interrogantes

1. ¿De qué manera afecta el inadecuado Liderazgo Empresarial en la empresa Cobre Sistemas S.A?

2. ¿Cómo se realiza la Comercialización en la empresa Cobre Sistemas S.A?

3. ¿Será necesario implementar un modelo de Liderazgo Empresarial que mejore la comercialización en la empresa Cobre Sistemas S.A?

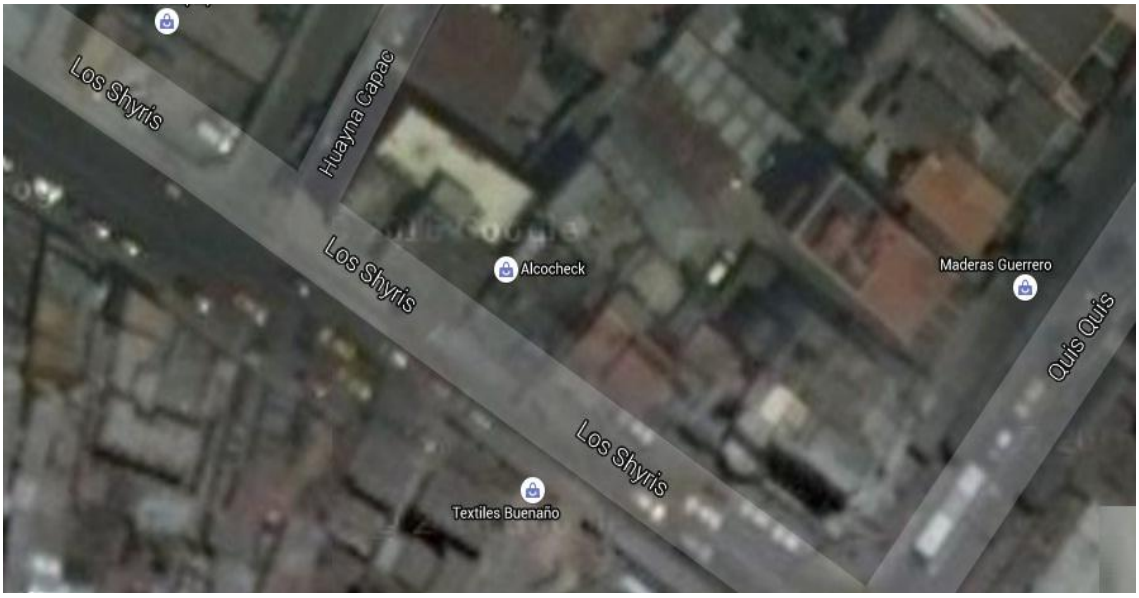
1.2.6 Delimitación del objeto de Investigación

Delimitación por Contenido

CAMPO	Administrativo
AREA	**Comercialización**
ASPECTO	**Liderazgo Empresarial**

Delimitación Espacial

La presente investigación se desarrollara en la empresa Cobre Sistemas S.A. de la ciudad de Ambato, Av. los Shyris 1035 y Av. Quis Quis



Delimitación Temporal

En la presente investigación se iniciara en Enero 2014 y terminaremos en el mes de Agosto del 2014.

1.3 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación pretende justificar el hecho de que la empresa Cobre Sistemas SA. no posee totalmente conocimientos de los beneficios que brinda el Liderazgo Empresarial, en sus labores diarias lo cual nos basaremos en aplicar los conocimientos adquiridos y resolver el problema existente.

La finalidad que tiene la investigación es mejorar el ambiente de trabajo dentro de la comercialización se tratara de buscar la mejor solución para elevar las ventas por medio de motivación e incentivos a todos sus colaboradores, esto permitirá que se cumplan todos los objetivos propuestos para alcanzar las metas, con mejores ingresos y mayor rentabilidad de tal manera que nos permita establecer donde se origina el problema, la idea principal de la investigación es saber con claridad cuáles son los pasos a escoger para llegar a la satisfacción de las necesidades de la empresa.

Al mejorar la comercialización se llegara a tener cambios positivos del pensamiento tradicional lo cual generara una visión amplia del ambiente de trabajo de tal forma que adopten nuevos conocimientos sobre el liderazgo empresarial para mejorar el ambiente de trabajo y por ende las ventas en la comercialización, se contara con el apoyo y la disposición del personal que la conforma quienes están dispuestos a facilitarme la información necesaria para la elaboración del proyecto en la cual se va a utilizar algunos recursos para responder a cualquier inquietud que no esté clara y sobre todo la voluntad necesaria para cumplir este trabajo que va a ser muy beneficioso tanto en lo personal como para la empresa.

1.4 OBJETIVOS

Objetivo General

- Determinar de qué manera el inadecuado Liderazgo Empresarial incide en la comercialización de la empresa Cobre Sistemas S.A.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar que tipo de Liderazgo Empresarial efectúa la empresa Cobre Sistemas S.A.

- Analizar la comercialización de la empresa Cobre Sistemas S.A.

- Proponer un modelo de Liderazgo Empresarial que mejore la comercialización de la empresa Cobre Sistemas S.A.

CAPÍTULO II

MARCO TEÒRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Sabiendo que el Liderazgo es un tema fundamental e importante en el medio empresarial dentro de las diferentes organizaciones sea cual sea su actividad, es la base primordial del comportamiento del ser humano y por lo tanto de este depende su desempeño laboral en las diferentes actividades y áreas de la empresa.

Como antecedente para esta investigación se contó con tesis que reposan en la biblioteca de la facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato en las cuales se encontró temas similares. El Liderazgo Empresarial y su impacto en la Comercialización que se detallan a continuación:

El Liderazgo Empresarial proporciona una oportunidad para que la empresa pueda ajustarse en forma constante a los sucesos y acciones actuales dentro del entorno obteniendo un mejor rendimiento de sus colaboradores y por ende el mejoramiento de la comercialización.

LLERENA, M. (2005). La Aplicación de Liderazgo Democrático por Parte de los Administradores permitirá una buena comunicación y motivación a los trabajadores de la Casa Musical Castro. Facultad de Ciencias Administrativas –UTA.

Objetivo General

· Establecer mecanismos convenientes que permitan mejorar la comunicación y motivación en el personal, mediante el desarrollo de un liderazgo democrático y moral.

Objetivos Específicos

Detectar los factores que impiden una buena comunicación y motivación.

Establecer alternativas que permitan mejorar la comunicación y mantener motivado al personal.

MAZON, DIEGO (2013) En su tema El Liderazgo y su Incidencia en el Servicio al Cliente en la escuela de Conducción para conductores no profesionales de Pelileo ESCUDECONP S.A Universidad Técnica de Ambato.

Objetivos:

Definir el modelo de liderazgo que permite mejorar el nivel de autoridad y así lograr los objetivos de la empresa.

Establecer el mejoramiento de la calidad del servicio al cliente para generar una mayor cobertura.

Estructurar un modelo de liderazgo participativo para potencializar el servicio al cliente y así generar fidelización a la empresa.

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 cumplen las expectativas de los usuarios.

En la información recolectada se evidencia que la actitud con la que se proporciona la información es negativa lo cual genera en el cliente insatisfacción.

RUIZ R.(2007) **"**Creación del Departamento de Recursos Humanos en la empresa Pronariobamba"

Crear el departamento de Recursos Humanos en la empresa Prona Riobamba, para lograr eficiencia en sus procesos.

Conocer cómo se está manejando actualmente el Recurso Humano en la empresa Prona Riobamba. Y regular de manera justa y técnica las diferentes fases de las Relaciones Laborales Proporcionar a la Organización una fuerza Laboral eficiente para la satisfacción de sus planes y objetivos.

Coordinar el esfuerzo de los grupos de trabajo para proporcionar unidad de acción en la consecución de objetivos comunesEn su tema de investigación dice: El presente trabajo tiene como finalidad la Creación del Departamento de Recursos Humanos considerando que es esencialmente de servicios. Sus funciones varían dependiendo del tipo de organización al que este pertenezca, a su vez, asesora, no dirige a sus gerentes, tiene la facultad de dirigir las operaciones de los departamentos.

Se utilizó el método inductivo, a la asistencia de control interno de Prona Riobamba para tener el diagnóstico de la problemática de la empresa en el aspecto de recursos humanos En base a lo obtenido con el método inductivo, se aplica el método deductivo para implementar el departamento de Recursos Humanos que servirá para mejorar, (reclutamiento, selección, contratación, introducción, e inducción), que sea efectivo en la Administración de Recursos Humanos dentro de la empresa.

ORTÍZ (2011) en su tema estrategias competitivas y su incidencia en las ventas de la empresa Importadora Andina S.A. sucursal n.11 de la ciudad de Ambato tiene como objetivo "Proponer las estrategias competitivas más adecuadas para incrementar el volumen de ventas y contrarrestar el peligro de las empresas que compiten con Importadora Andina S.A. en el mercado de productos y servicios automotrices". Se aplicó la metodología de investigación de campo a través del contacto directo del

investigador con la realidad, con el objeto de recolectar y registrar los datos obtenidos de primera mano, referentes al problema de estudio. Llegando a la conclusión de que los factores de personalidad que debe tener un vendedor de éxito profesional es necesario e imprescindible que cada ser humano deba tener y existir en una relación comercial para que la venta se realice con éxito y servicio de posventa.

LLUGSA (2011) en su tema La Gestión por Competencias del capital humano y su incidencia en la Productividad en Carrocerías Patricio Cepeda Cía. Ltda., de la ciudad de Ambato; tiene como objetivo analizar las competencias de cada puesto de trabajo en función de la misión de la empresa la metodología utilizada es la investigación de campo, la cual nos permite acudir al lugar de los hechos con la finalidad de recolectar y registrar sistemáticamente información primaria referente al problema de estudio.

2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.

Para la ejecución del presente proyecto se aplicará el paradigma crítico- propositivo por las siguientes razones:

- Este paradigma llegara a determinar el problema principal que está aconteciendo en la empresa, al diseñar un modelo de liderazgo, esperando que genere un incremento en relación a ventas.
- El problema objeto de estudio se origina dentro de la empresa, ya que al no contar con un adecuado liderazgo en la gestión de la comercialización, no se obtiene resultados favorables para la empresa.
- Para lograr que la empresa alcance niveles de mejora se propone plantear nuevos esquemas de trabajo donde exista una coordinación permanente entre la gerencia de ventas y la fuerza de ventas, es decir la metodología a seguir es la hermenéutica – dialéctica, puesto que se debe aplicar conocimientos científicos que aún son teóricos y ponerlos a la praxis para poder dar pautas para resolver este problema a corto y mediano plazo.

2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

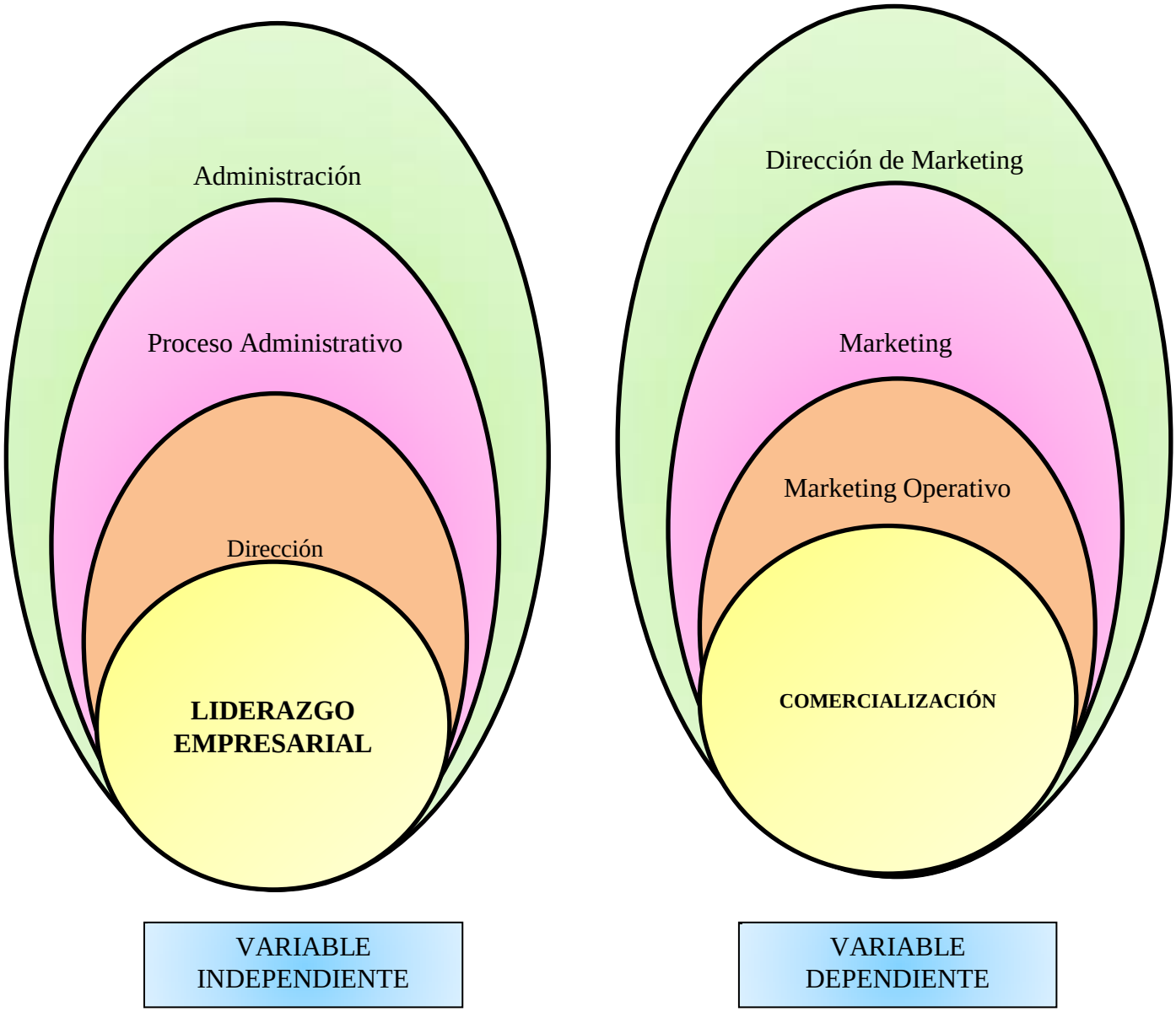
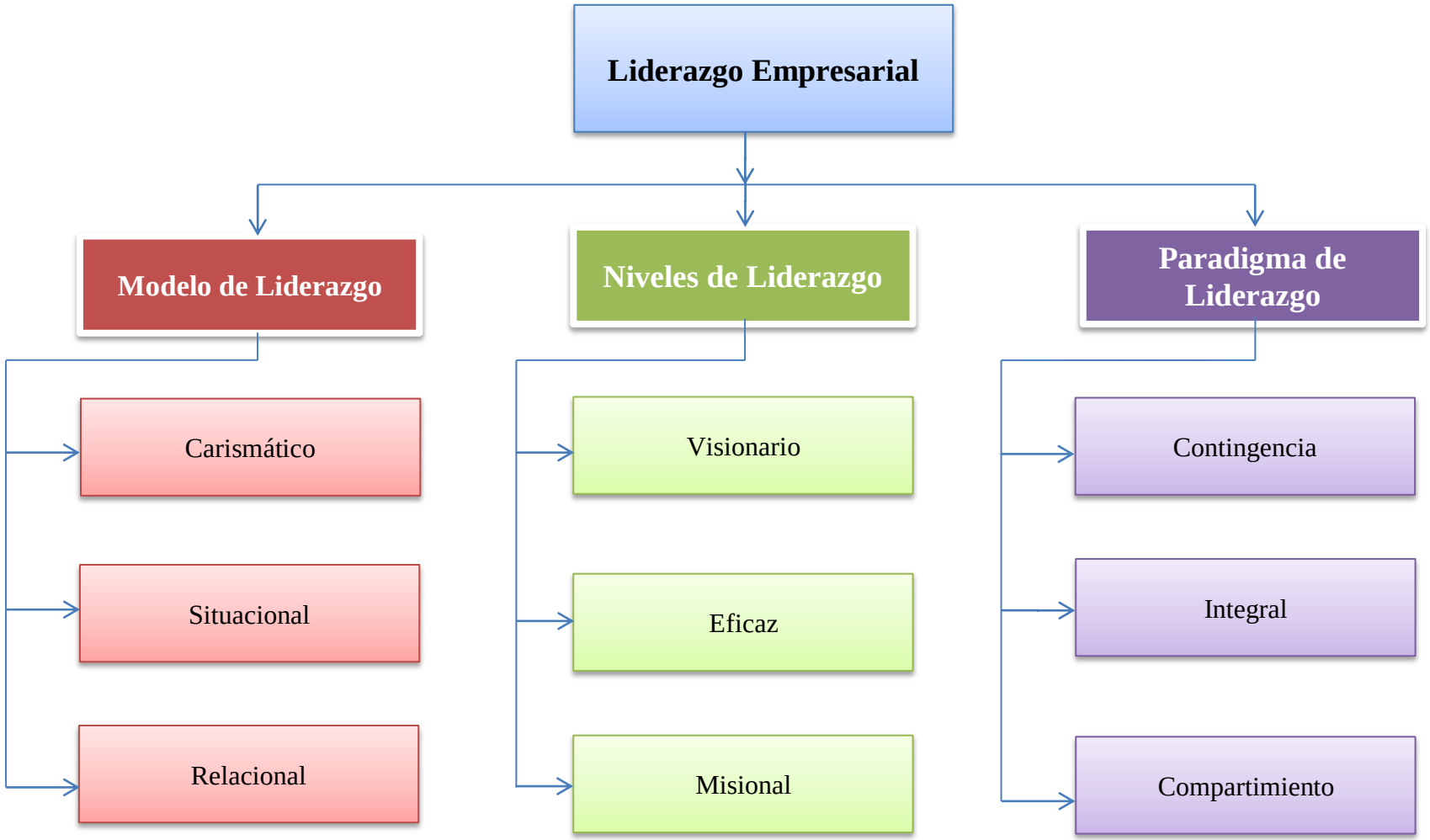


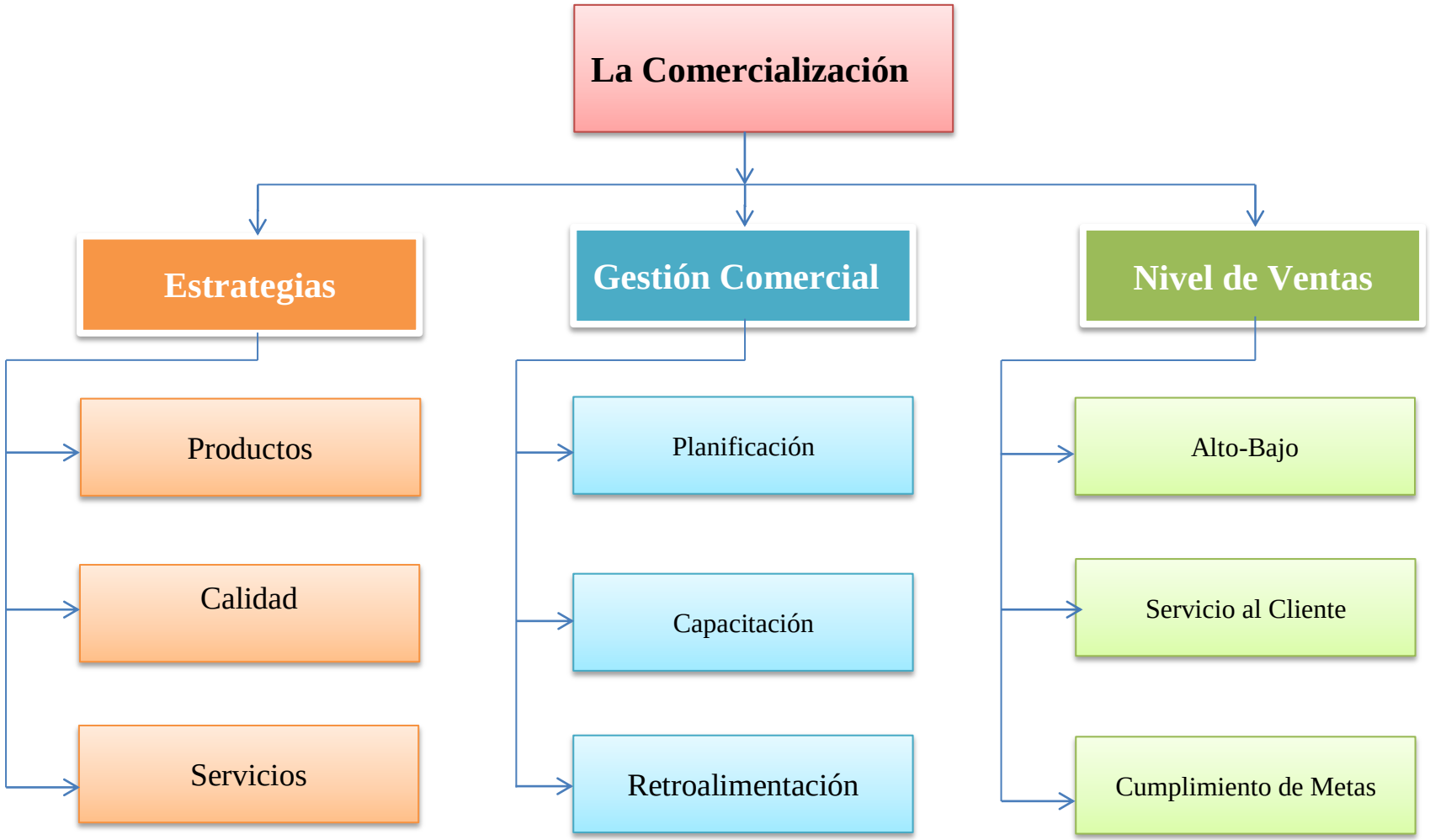
Ilustración 1: Subordinación de variables.

Elaborado por: Lilibeth SanMartin

VARIABLE INDEPENDIENTE



VARIABLEDEPENDIENTE



2.3.1 LIDERAZGO EMPRESARIAL (VARIABLE INDEPENDIENTE)

Administración

Según Hernández (2007) La administración es la actividad humana encargada de organizar y dirigir el trabajo individual y colectivo de las organizaciones: empresas e instituciones sociales para el cumplimiento de los objetivos se han formado y transformado conforme han crecido las necesidades humanas**,** es una disciplina altamente dinámica que implica hoy en día una preparación profesional continua**.**
(SERGIO, 2007)

Es la ciencia compuesta de principios técnicas y prácticas cuyas aplicaciones a conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzo cooperativo por medio de los cuales se pueden alcanzar propósitos comunes que individualmente no se pueden lograr en los organismos sociales**.**

Administración moderna

Según Hernández (2007) La evolución de la sociedad exigió más conocimientos de organización del trabajo y un mejoramiento continuo de los procesos, los productos y las técnicas administrativas podemos comparar el desarrollo de la misma con el movimiento de una locomotora la cual inicia lentamente y poco a poco toma velocidad con lo que requiere más conducción.

Características administrativas de las organizaciones

- Propósitos definidos de largo plazo misión
- División de trabajo con responsabilidades específicas.
- Estructura jerárquica de autoridad
- Estrategia de largo plazo y mediano plazo
- Filosofía o ideario de actuación en términos de valores.

(SERGIO, 2007)

Proceso Administrativo

Según Hernández (2007), El Proceso Administrativo (PA) es el instrumento teórico básico del administrador profesional que le permite comprender la dinámica del funcionamiento de una empresa organización sirve para diseñarla conceptualizar manejarla mejorarla etc. El PA da la metodología de trabajo consistente para organizar una empresa y facilitar su dirección y control sin embargo el PA es continuo por la dinámica de las empresas organizaciones que permanente y simultáneamente lo aplican el proceso administrativo es un enfoque integral y es un sistema.

El PA fue creado para administrar empresas y fue tanto su éxito que posteriormente se ha utilizado en todo tipo de organizaciones con algunas adecuaciones pero no pod3emos perder de vista que es más fácil comprenderlo en un lenguaje empresarial sobre todo cuando existe una amplia oportunidad de empleo en ese sector obviamente quien comprenda el PA puede más fácilmente hacer las adecuaciones para aplicarlo en todo tipo de organización

Para poder aplicar el PA es necesario conocer que entendemos por empresa:

Empresa

Es una unidad socioeconómica constituida legalmente en la que el capital el trabajo y la dirección se coordinan con el fin de lograr una producción útil para la sociedad acorde con las exigencias del bien común. La empresa es una economía de mercado requieren generar ganancias para sobrevivir retornándoles utilidades a sus inversionistas.

Objetivo de la empresa

Es una razón de ser o motivo por el que se fundó en una economía de mercado están ligados a los resultados financieros: utilidades, beneficios, reinversiones etc. por lo que es básico cuidarlos sin embargo son producidos por la posición y reconocimiento por la

empresa y su responsabilidad pública y social, competitividad de trabajo de operaciones y dirección de la misma.

Dirección

Según Hernández (2007) Es la acción ejecutiva para hacer realidad los planes, mediantes estrategias efectivas que permitirán el desarrollo de la organización en el medio donde operan. Es la parte cerebral creativa, actúa sintetizando y conceptualizando racionalmente las situaciones de la empresa y su medio, así como contagiar de entusiasmo la acción colectiva para el logro de los objetivos.

Harold Koontz manifiesta que la dirección es influir en los individuos para que contribuyan a favor del comportamiento de las metas organizacionales y grupales incluye liderazgo de la comunicación.

Henry Fayol menciona que dirección es dirigir es el arte de manejar las personas, hacer funcionar el cuerpo constituido conocer los recursos de la empresas inspeccionar periódicamente al cuerpo social.

David Hampton la dirección es llevar a cabo actividades mediante las cuales el administrador establece el carácter y tono de su organización, valores, estilo, liderazgo comunicación y motivación.

Clases de Dirección:

- **Ejecutiva**: hace realidad el futuro que se planeó.
- **Estratégica:** en tanto que conceptualiza, sintetízala problemática de la situación y presente y del futuro dando las directrices, estratégicas, clave.
- **Cerebral**: porque razona y evalúa económica y socialmente las causas y los efectos de las diversas posibles alternativas y decide de manera objetiva, calculando los riesgos y consecuencias de cada acción.

- **Creativa:** porque genera soluciones innovadoras que le dan a la organización elementos distintos únicos que atraen a los usuarios y consumidores.
- **Sintetizadora**: porque conceptualiza situaciones complejas e intangibles, definiendo en pocas palabras, lo que sucede y porque sucede, permite la generación de las estrategias a seguir.
- **Entusiasta:** porque el director debe estar convencido, incluso apasionado por los proyectos de tal forma que motive y contagie a todos los miembros de la organización para jalarlo no empujarlo hacia los objetivos.

(SERGIO, 2007)

Modelos de Liderazgo

Según Goleman (2014) Hemos de remontarnos a casi un centenar de años para encontrar las primeras propuestas de modelos de liderazgo. Tales modelos no deben ser entendidos como enfrentados sino como complementarios, hasta el punto de que los más recientes procuran abarcar a los precedentes, aunque no siempre lo logren. Por otra parte, la clasificación nos va a facilitar el análisis e identificación de las implicaciones éticas de cada uno de los modelos.
(Goleman, Boyatzis, 2014)

El Liderazgo Carismático

El Liderazgo Carismático es un pariente cercano de la teoría del Gran Hombre y una de las especies más generalizadas de la teoría del rasgo. Los líderes carismáticos poseen personalidades poderosas. Sin embargo, la cualidad distintiva del liderazgo carismático es la relación emocional que los líderes establecen con sus seguidores. Como ejemplos de líderes carismáticos tenemos a personajes tan variados como puede ser el caso de John F. Kennedy, que inspiró a una generación para intentar construir un mundo mejor y al líder de una secta, Jim Jones. Jones fue el líder de la secta evangélica que dirigió a novecientos trece de sus seguidores a un suicidio colectivo en Guyana.

El Liderazgo Situacional

Hersey y Blanchard En este grupo de teorías se engloban todas aquéllas que se centran en las circunstancias o el contexto del liderazgo. Tuvieron su apogeo a lo largo de la década de los setenta, a raíz de la aportación de Estas teorías subrayan la naturaleza de la tarea, el ambiente externo –que incluye factores históricos, económicos y culturales- , así como las características

Las teorías circunstanciales no dicen nada explícitamente sobre la ética, pero uno puede suponer que en algunas situaciones una persona con valores morales particularmente fuertes se alza como líder. Por ejemplo, Nelson Mandela y Vaclav Havel parecen haber sido los hombres apropiados en el momento adecuado; ambos exhibieron la clase de liderazgo moral requerida por las revoluciones pacíficas de Sudáfrica y de la República Checa, respectivamente.

El Liderazgo Relacional

Este modo de entender el liderazgo aparece como resultado de combinar las teorías del rasgo con los modelos circunstanciales, y centra su atención en la interacción entre líderes y seguidores. El papel del líder es guiar a la organización por caminos que acaban recompensando a todos los implicados.

Por la importancia creciente de esta teoría del liderazgo dedicaré más espacio que el que he dispensado a los anteriores modelos.

Niveles de Liderazgo Empresarial

Robert .Raubin Como podemos ver , hemos identificado tres niveles de liderazgo organizacional y cada uno se corresponde con un nivel jerárquico de la pirámide organizacional; así , a la dirección corporativa le corresponde el liderazgo visionario, a las unidades estratégicas de negocios les corresponden el liderazgo misional y a la

gerencia media –entendiendo bajo esta denominación al resto de las gerencias funcionales , a las jefaturas de departamento y al resto de las gerencias funcionales las jefaturas de departamento y al resto de los puertos de supervisión le corresponde el liderazgo de gestión.

Liderazgo Visionario

Robert Raubin El liderazgo visionario corresponde a la dirección corporativa; dicha dirección, sean en la figura de un propietario, un board o un CEO, tiene la responsabilidad indelegable de definir una visión para la compañía y, fundamentalmente, asegurarse de comunicarla adecuadamente.

Cuando afirmó esto no me refiero al proceso, como bien señala John p. kotter "avece el primer bosquejo de la visión es obra de un solo individuo. Generalmente es algo confuso, por lómenos al principio, pero después que la coalición lo ha trabajado durante tres, cinco e incluso doce meses. algo mucho mejor emerge de los fáciles sueños y arduos análisis". Nótese la inversión en tiempo que menciona el especialista lo que demuestra la trascendencia del tema

Liderazgo Misional

Robert Raubin Al liderazgo misional corresponde a la dirección de las unidades estratégicas e negocios (UEN), ya sea en la figura de un gerente general o de un responsable quien deberá definir una misión alineada con la visión corporativa y comunicarla la misma debe ser lo suficientemente clara para actuar como guía de trabajo para la gerencia media y para el resto de la organización y debe anclar con precisión en elementos esenciales a la hora de definir qué y cómo se hace algo.

El otro condicionante lógico es aceptar que el nivel directivo define la visión, como hemos visto, razón por la cual no debe haber conflicto alguno; aceptar estos roles, comprenden con claridad el propio y actuar en intima armonía entre niveles es clave

para no general ningún tipo de “ruido organizacional”, del cual suele haber demasiado en las compañías.

Liderazgo de Gestión

Este liderazgo esta cargo de la gerencia media ; la definición de esta es muy amplia como ya que va desde la gerencia funcionales hasta los supervisores e planta o sectores operativos , es decir que incluye lo que normalmente denominamos “mandos medio” ósea , todo aquel con supervisión de otros.

Por otra parte hay que dimensionar adecuadamente el tema en las corporaciones multinacionales donde el presidente de una subsidiaria de un determinado país, por ejemplo es desde este enfoque parte de esta gerencia media, ya que la visión y la misión al igual que los valores, las grandes líneas estratégicas y las políticas, vienen definidas desde los cuarteles centrales dela compañía

El Liderazgo Eficaz

Chris Roebuck ¿Cuál es el que nos permite liderar un equipo para que realice un trabajo que le ha sido asignado? la mayor parte de los encargados nacen de un jefe o surgen dela necesidad de dar respuesta a un problema que se presenta de improviso , por ello , debe preguntarse qué es preciso conseguir.

El paso siguiente (la consulta) consiste en comprobar que dispone de toda la información necesaria para tomar decisión más indicada .puede que esta información esté al alcance de su mano , pero también es posible que la tenga que buscar en otras fuentes .a continuación ,tendrá que revisar los datos , buscar distintas opciones que solucionen el problema y escoger la parezca mejor . Este es el punto en el que se impone una toma de decisión, en el momento en que decide si actuar o no en ese punto, los buenos líderes también determinaran un plan y pensaran cómo y en quien pueden

delegar .esto es lo último se explica en detalles en otro capítulo de este libro. Tras la toma de decisiones, viene el desarrollo del plan.

.

Paradigma del Liderazgo

Robert Lussier Estos papeles del liderazgo centrados en los principios que ha de servir de modelo explotación de posibilidades, delegación y alineación de facultades- representan un paradigma diferente de la opinión habitual sobre la dirección. Existe una diferencia significativa entre dirección y el liderazgo. Ambas son funciones trascendentes, debido a que lo sin, es crítico comprender en qué consisten su diferencia de manera que no confundamos una con otra.

En los negocios los nuevos líderes pondrán en cuestión la suposición de que la satisfacción total del cliente representa la ética definitiva del servicio.se desplazaran hacia la satisfacción total de todo el que tenga interés en la empresa, atendiendo a todo el que tiene interés en la empresa, atendiendo a todo lo que tenga interés por el éxito de la explotación y tomando las decisiones que beneficien a las personas. Para generar esta nueva manera de pensar, los líderes tienen que crear un nuevo conjunto de destrezas de sinergia. Esta procede de un modo natural de calidad de la relación: de amistad, de la confianza y del amor que une a las personas.

Paradigma del Comportamiento

Las teorías de este paradigma desarrollado en la década de los años cincuenta, tratan de definir la naturaleza de liderar (su labor) o bien, explicar los estilos distintivos de los líderes eficaces.

Se plantea que el comportamiento de los líderes se clasifica en liderazgo orientado a la tarea y el orientado a la gente. Estas dimensiones explican el buen desempeño de los líderes.

Entre las teorías más distinguidas de este paradigma tenemos:

1. Teoría del liderazgo de Iowa
2. Teoría del liderazgo de Michigan
3. Teoría del liderazgo de Ohio
4. Teoría del liderazgo de la rejilla.

Para las teorías de este paradigma, necesariamente el líder es la persona cuya manera de conducirse, su estilo, permite influenciar en otros para alcanzar los objetivos propuestos.

Paradigma de la Contingencia

Las teorías de los dos paradigmas anteriores, procuraron encontrar el mejor estilo de liderazgo, uno que se pudiera aplicar a todas las situaciones.
Por los años sesenta se pasó a la teoría de contingencias, porque quedo claro que no existe un estilo para todas las circunstancias.

Las teorías del paradigma por contingencia procuran explicar la efectividad de un estilo de liderazgo en función de la adecuación del comportamiento del líder, ante las exigencias, la disponibilidad de lo seguidores y las situaciones.

Las variables situacionales son el trabajo a realizar, el ambiente externo y las características de los seguidores. De estas situaciones depende el rasgo y o conducta que asegura el éxito del liderazgo.

Las teorías que más se distinguen en este paradigma son:

01. Teoría del liderazgo de la eficacia
02. Teoría del liderazgo del continuo
03. Teoría del liderazgo del camino-meta
04. Teoría del liderazgo normativo

05. Teoría del liderazgo situacional
06. Teoría del liderazgo resonante

De acuerdo a las teorías de este paradigma, el líder esencialmente es la persona que adopta su estilo de liderar se acuerdo a todos las circunstancias para influir en otros a fin de alcanzar sus objetivos

Paradigma Integral

En la segunda mitad de la década de los setenta el paradigma se orientó a integrar las teorías que existían del liderazgo.

Las teorías de este paradigma procuran combinar las teorías de rasgos, del comportamiento y de contingencia para explicar la razón del éxito de ciertas relaciones de influencia entre el líder y seguidores.

Objetivos:

01. Explicar el porqué de la disposición de los seguidores de algunos líderes, a trabajar arduamente e incluso hasta el sacrificio para lograr los objetivos de su organización.
02. Entender de qué forma los seguidores son influenciados por el líder.
03. Saber por qué el mismo proceder del líder puede tener efectos distintos en los seguidores según las circunstancias.
04. Identificar conductas y rasgos que facilitan la efectividad del líder

2.4.2 LA COMERCIALIZACIÓN (VARIABLE INDEPENDIENTE)

Gestión de la Comercialización.

Según Salazar (2005) Gestión Estratégica de Negocio Es una herramienta innovadora cuyo objetivo que sirve para anticiparse racionalmente a los hechos, además proporciona una dirección estratégica, detecta oportunidades define estrategias y ventajas competitivas, teniendo como mayor enfoque corregir la Estructura Organizacional con un alcance a largo plazo, teniendo gran importancia en el mejoramiento continuo de los procedimientos y procesos ,exigiendo altos niveles de calidad en los sistemas de gestión, productos y servicios con el fin de potenciar la imagen de la empresa frente a los clientes actuales y potenciales.
(Salazar Francis, 2005)

Marketing

Según Hartley (2009) Es la actividad que crea comunicación ofrece e intercambia ofertas que benefician a la organización los grupos de intereses de clientes proveedores accionistas comunidad gobierno y la sociedad en general muchas personas equiparan de manera incorrecta el marketing con la publicidad o las ventas personales la definición señala que es una actividad más amplia de igual modo hace hincapié en la importancia de generar beneficios auténticos al ofrecer artículos, servicios, e ideas comercializadas a los clientes obsérvese que también deben beneficiarse la organización que realiza el marketing los grupos de intereses afectados como consumidores empleados y proveedores y accionistas y la sociedad para servir a compradores y vendedores el marketing busca: 1) identificar las necesidades y los deseos de los clientes potenciales, 2) satisfacer esos clientes potenciales incluyen individuos que realizan compras personales para su hogar así mismo como organizaciones que adquieren bienes para para su propio uso como lo fabricantes o para su reventa como los mayoristas y minoristas la clave para alcanzar esos objetivos en el concepto de intercambio el cual

consiste en el cambio de objetos de valor entre el comprador y vendedor de modo que cada uno se beneficie después de realizarlo.
(RUDELIUS, 2009)

Según Wal-mart (2007) El tema en común que gira en tono a la gran mayoría de las definiciones de marketing es aquel que se entiende como planeación y la instrumentación prácticamente de todo aquello que hace una organización para facilitar un intercambio en ellos mismos y sus clientes gira más allá de la frontera de la organización y toma en cuenta las fuerzas externas presentes en el entorno de los negocios las actividades de marketing se adoptan a consecuencias, efectos de facilitar el intercambio al tenor de las nuevas circunstancias don forme las condiciones a cambiar también se lo hacen las actividades de marketing por lo tanto es el proceso dinámico y permanente de toma de decisiones estratégicas.
(DOUGLAS, 2007)

La Retroalimentación

Según Jauli (2010) La retroalimentación es un elemento que se utiliza constantemente en la comunicación y que puede favorecer u obstaculizar el aprendizaje consiste en la información que se proporciona a otra persona sobre su desempeño con intención de permitirle reforzar sus fortalezas y superar sus deficiencias.
(Isaac Jauli, Enrique Reig, 2010)

Planeación

Según Hernández (2007) En forma general la planeación es la proyección impresa de la acción toma en cuenta información del pasado de la empresa, y en su entorno, lo cual permite organizarla y dirigirla medir su desempeño total y de sus miembros a través de controles que comparan lo planeado con lo realizado.

La planeación consiste en fijar los objetivos, las políticas, las normas los procedimientos, programas presupuestos.
(SERGIO, 2007)

La Capacitación

Según Aguilar (2008) La importancia que ha ganado la capacitación es clave para la sobrevivencia y desarrollo de las empresas, porque cada vez más se requiere de personal que conozca lo último en los aspectos relacionados con sus actividades diarias.

Se puede definir a la capacitación como un conjunto de actividades didácticas orientadas a suplir las necesidades de la empresa y que se orientan hacia una ampliación de los conocimientos, habilidades y aptitudes de los empleados la cual les permitirá desarrollar sus actividades de manera eficiente**.**

En pocas palabras, capacitar implica proporcionarle al trabajador las habilidades y conocimientos que lo hagan más apto y diestro en la ejecución de su propio trabajo. Esos conocimientos pueden ser de varios tipos y pueden enfocarse a diversos fines **i**ndividuales **y** organizacionales**.**
(Aguilar, Alfonso sileceo, 2008)

La Estrategia de Comercialización.

Berta Madrigal El término estrategia comercialización, además de ser relativamente reciente, ha sido objeto de definición por múltiples autores. Todos coinciden en que es una estrategia funcional, que debe derivarse de la estrategia empresarial y/o de negocio, siendo coherente con ella, así como con las restantes estrategias funcionales y dar como resultado, un patrón consistente en la toma de decisiones. Asimismo, que tanto la misión, las competencias distintivas, los objetivos y las políticas, conforman el corazón de esta estrategia. A su vez, que dicha estrategia debe proporcionar planes, políticas y objetivos claros, consistentes y factibles de conseguir, todo lo cual debe conducir a la obtención de alguna ventaja competitiva.

La representación de un enfoque coordinado que intenta lograr la consistencia entre las capacidades y las políticas de las distintas áreas funcionales para alcanzar el mayor

éxito en el mercado. Una herramienta para el uso efectivo de las fortalezas en la comercialización con el fin de lograr los objetivos competitivos y corporativos**.**

La estrategia de comercialización Consideraciones sobre su importancia y necesidad.

Berta Madrigal La función de comercialización, en su perspectiva más contemporánea, se constituye en un eslabón clave de la organización para responder de manera efectiva y distintiva, al cúmulo creciente de necesidades, deseos y expectativas de los clientes, para lo cual es necesario diseñar, formular y poner en práctica estrategias de comercialización adecuadas y pertinentes. Así, las de ventas puede desempeñar diferentes roles estratégicos en la empresa, desde una total neutralidad interna hasta constituirse en su principal fuente generadora de ventajas competitivas distintivas, dependiendo de cómo sea percibida esta función por la alta gerencia.

El desarrollo ineludible y necesario de estrategias de comercialización, se ha convertido en un verdadero dilema para las empresas manufactureras contemporáneas, sobre todo, por la imperiosa necesidad de contemplar en estas un conjunto de elementos que tradicionalmente han pasado inadvertidos para su función. Aspectos como las prioridades y objetivos competitivos, las decisiones y políticas estratégicas, la focalización de las operaciones, la evaluación de enfoques de mejora, así como el establecimiento de medidas híbridas de desempeño, están haciéndose cada vez más cotidianos para el área de comercialización.

Nivel de Programación de la Comercialización

Muñoz Ángel Una vez fijado el plan maestro debemos determinar de qué, cuánto y cuando vamos a vender una forma de hacerlo es mediante lo que se conoce como explosión de necesidades de materiales. Esta forma de proceder se integra en la filosofía ¿Cómo funciona? Vamos a verlo empezar necesitamos datos adicionales,

(1) = Artículo.

(2) = Plazo. Desde que el responsable de comercialización toma la decisión en firme de vender de un determinado artículo una cierta cantidad hasta que la orden ha concluido, transcurre un tiempo que es necesario estimar: es el plazo de ventas (para los ejes)

(3) = Stock de seguridad: que se mantiene para absorber la fluctuación es aleatorias de la demanda y del proceso de comercialización.

(4) = Cantidad disponible en el almacén en el momento de realizar la explosión de necesidades

(5) = Ordenes en curso, cuya cantidad y fecha de recepción se conoce en el momento actual.

2.4 HIPÓTESIS

La Implementación de un Modelo de Liderazgo Empresarial permitirá mejorar la comercialización de la empresa Cobre Sistemas S.A.

2.5 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES

Variable Independiente	**Liderazgo Empresarial**	**(Cualitativa)**
Variable Dependiente	Comercialización	(Cualitativa)

Cuadro 2: Señalamiento de Variables
Elaborado por: LilibethSanMartin

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación está basada en el paradigma Crítico propositivo de conformidad con la fundamentación filosófica; pero para el desarrollo de la investigación propuesta se utilizará el enfoque cuál-cuantitativo debido a que las variables interactúan entre sí y conocer los factores por las cuales se origina el problema y de esta manera dar solución al problema dentro de la empresa Cobre Sistemas S.A.

Es cuantitativo porque las ventas, están enfocada a los resultados internos y externos, medidos por la capacidad de comercialización de la empresa. Y es cualitativo ya que se incurre en las cualidades de la fuerza de ventas para poder desempeñar una correcta función en sus actividades.

3.2 MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN.

Para la ejecución de la presente investigación utilizaremos las siguientes modalidades: Bibliográfica y de Campo.

Investigación Bibliográfica o Documental:

Se aplicará este tipo de investigación dentro de la empresa por que consiste en analizar la información que nos permitirá enriquecer nuestros conocimientos sobre el tema mediante la lectura de, revistas libros científicos tesis de grado, folletos, Internet y otros documentos en general.

Investigación de Campo

Se utilizará esta investigación con la finalidad de tener un contacto directo con los colaboradores de la empresa Cobre Sistemas S.A Está investigación nos ayudará a obtener datos precisos y claros y oportunos acerca del problema en estudio mediante la aplicación de una encuesta que se realizará a los empleados la cual nos permitirá recolectar información veraz y oportuna.

3.3 NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

Investigación Exploratoria

El vivir diario en la empresa Cobre Sistemas S.A. nos ayudará a conocer la situación real en la que se desarrolla el problema de investigación, la cual nos permitirá determinar que el Liderazgo Empresarial es importante para mejorar el ambiente laboral de todos sus colaboradores, por lo cual el recurso humano se verá afectado en exceso de trabajo, por tal motivo debemos obtener información clara y oportuna.

Investigación Descriptiva

Esta investigación se realizara con el propósito de desarrollar y describir como incide el Liderazgo Empresarial en el rendimiento laboral de los colaboradores del área

comercial de la empresa Cobre Sistemas S.A. para así medir uno o más atributos del fenómeno descrito.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

Para la presente investigación con respecto a la población y muestra; la empresa Cobre Sistemas S.A. presenta un registro de clientes internos de 21 personas; y un registro de clientes externos de 347 por lo que se utilizara la fórmula del chi cuadrado para poder obtener una muestra de nuestra población.

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizara la siguiente fórmula:

Dónde:

n =	El tamaño de la muestra.
N =	tamaño de la población.
σ=	Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.
Z =	Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.
e =	Límite aceptable de error muestra que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

Cuadro 3: Población y Muestra
Elaborado por: LilibethSanMartin

$$= \frac{(\mathbf{368})(\mathbf{0.5})^{\mathbf{2}}(\mathbf{1.96})^{\mathbf{2}}}{(\mathbf{368}-\mathbf{1})(\mathbf{0.01})+(\mathbf{0.5^2})(\mathbf{1.96})^{\mathbf{2}}}$$

$$= \mathbf{76}$$

En relación a lo calculado se realiza las encuestas a los 21 clientes internos y a 55 clientes externos, obteniendo así las 76 personas de la muestra.

3.5 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

Variable Independiente: Liderazgo Empresarial.

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Es aquel directivo o gerente de la empresa que logra captar la voluntad de sus empleados para que estos sean compenetrados con el rumbo de la empresa y acepten sus directivos, consejos sugerencias y reconociendo en el la capacidad de mando y la competencia organizativa. Consiste en brindar apoyo a los que le rodean para que se encaminen y se muestren con disposición para hacer todo lo que sea necesario.	**Modelos de Liderazgo** **Trabajo en Equipo** **Planificación Estratégica**	**Carismático** **Situacional** **Relacional** **Motivación** **Actitud** **Eficacia** **Misión** **Visión** **Objetivos**	**En la empresa practican alguno de estos liderazgos?** **¿Cree Ud. que la empresa cumple con los objetivos planteados?** **¿Cómo influye el liderazgo empresarial en la comercialización?** **Qué clase de liderazgo le gustaría recibir por medio de la empresa?**	**Encuesta: Cuestionario para Clientes Internos y Clientes Externos**

Cuadro 4: El Liderazgo Empresarial
Elaborado por: LilibethSanMartin

Variable Dependiente: La Comercialización

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
La comercialización es más que vender o hacer publicidad es analizar las necesidades de las personas y se ocupa de aquello que los clientes desean y deberían servir de guía para lo que se produce y de ofrecer y su principal objetivo es evaluar el rendimiento de la comercialización a través de la relación entre el tiempo y las unidades vendidas con el fin de obtener una mayor rentabilidad y participación dentro del mercado	**Estrategias**	**Calidad Productos Decisiones**	**Qué tipo de estrategias utilizan los colaboradores?**	**Encuesta: Cuestionario**
	Gestión comercial	**Planificación Capacitación Retroalimentación**	**Se siente satisfecho con las decisiones tomadas?**	**Encuesta: Cuestionario**
	Niveles de ventas	**Alto, Bajo Servicio al cliente Cumplimiento de ventas**	**Que niveles de ventas aplican en la empresa? Le gustaría que se implemente la retroalimentación**	**Encuesta: Cuestionario Encuesta: cuestionario**

Cuadro 5: La Comercialización
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

3.6 PLAN DE RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS

Luego haber finalizado la Operacionalización de las variables tomamos los siguientes ítems que corresponden a las preguntas que formaron parte de la encuesta que se va a realizar a todos los empleados internos de la empresa Cobre Sistemas S.A. con el fin de recolectar información precisa que nos servirá de mucha ayuda para nuestro proyecto

PREGUNTAS BÁSICAS	APLICACIÓN
1).- ¿Por qué?	Alcanzar los objetivos propuestos en el siguiente trabajo investigativo
2).- ¿A qué personas?	La investigación está dirigida a los empleados de la empresa Cobre Sistemas S.A.
3).- ¿Sobre qué aspectos?	El aspecto a tratarse es sobre la creación del Liderazgo Empresarial y la comercialización.
4).- ¿Quién?	El investigador **Lilibeth SanMartín**
5).- ¿Cuando?	Fecha : El 1 de enero del 2014
6).- ¿Cuantas veces?	Una vez a cada uno de los investigados.
7).- ¿Con que técnicas de recolección?	Encuesta
8).- ¿Con que instrumentos?	Cuestionario
9).- ¿En qué situación?	Se busca el momento para obtener resultados reales

Cuadro 5: Recolección de la información
Elaborado por: Lilibeth. SanMartín.

3.7 PLAN DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

TIPOS DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
1. Información Secundaria	1.1 Lectura científica	1.1.1 Tesis de grado, libros sobre, Evaluación del Desempeño, Productividad Total, Gestión de la Calidad, Administración de la productividad, Evaluación y Rendimiento, Calidad y productividad.
2. Información Primaria	2.1 Entrevista 2.2 Encuesta	2.1.1 Formato de entrevista 2.2.1 Cuestionario

Cuadro 6: Procesamiento y Análisis
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Una vez realizado el cuestionario a la empresa Cobre Sistemas S.A. utilizando el formato que se describe en el (ANEXO 3), permitió realizar el diagnóstico sobre el liderazgo comercial de la empresa, mismo que se aplicó a 76 personas las cuales representan el tamaño de la muestra tomando en cuenta el área de ventas y los clientes externos de la empresa. A continuación se detallan los hallazgos de la investigación, para lo cual se ha realizado la respectiva tabulación de los mismos aplicando porcentajes para el manejo de datos. Para la tabulación de los resultados alcanzados se utilizó el programa EXCEL.

4.2. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

ENCUESTA REALIZADA A LOS CLIENTES INTERNOS

PREGUNTA 1:

¿Cuánto tiempo trabaja usted en la empresa?

Tabla 1: Tiempo de Trabajo

ESCALA	FRECUENCIA	%
MENOS DE 1 AÑO	10	47,62
ENTRE 1 Y 3 AÑOS	8	38,10
MAS DE 3 AÑOS	3	14,29
TOTAL	**21**	100,00

Fuente: Colaboradores de la Empresa Cobre Sistemas S.A.
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

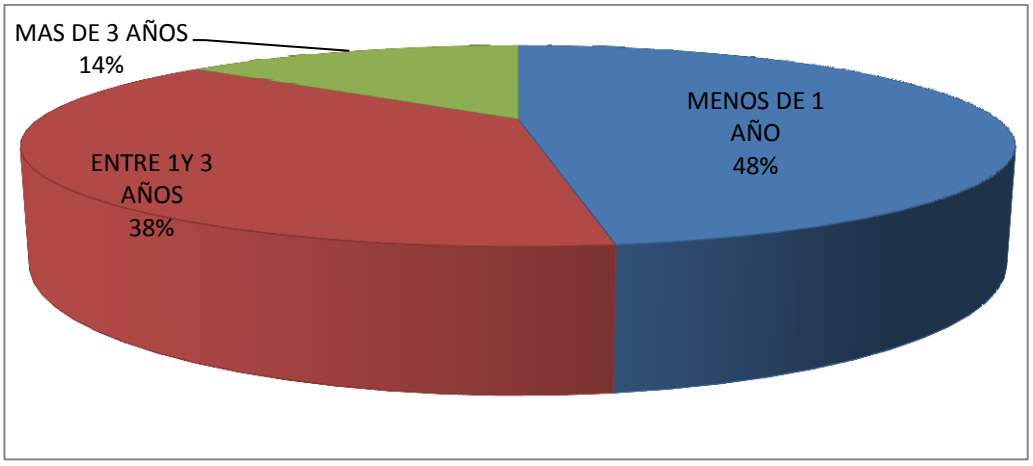


Grafico 1: Tiempo de Trabajo
Elaborado por: Lilibeth San Martin

Análisis e Interpretación:

Del 100% de los colaboradores encuestados el 48% lleva trabajando menos de un año, mientras que el 38% entre 1 y 3 años y el 14% más de 3 años.

De acuerdo con las respuestas obtenidas de los colaboradores el 48% manifestó que trabaja menos de 1 año dándonos como resultado que no cuenta con una buena estabilidad laboral dentro de la empresa y esto ocasiona insatisfacción en el puesto asignado de cada uno de sus colaboradores.

PREGUNTA 2:

¿Cómo considera la relación laboral que mantiene usted con la empresa?

Tabla 2: Relación Laboral

ESCALA	FRECUENCIA	%
MUY BUENA	8	38,10
BUENA	11	52,38
MALA	2	9,52
TOTAL	**21**	100,00

Fuente: Colaboradores de la Empresa Cobre Sistemas S.A.
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

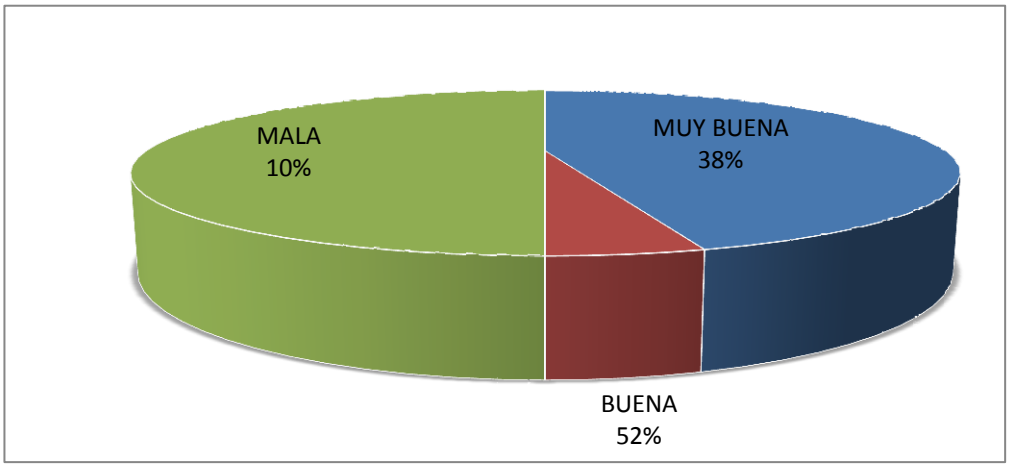


Grafico 2: Relación Laboral
Elaborado por: Lilibeth San Martin

Análisis e Interpretación:

Del 100% de los colaboradores encuestados el 52% consideran que tienen buena relación laborar, mientras que el 38% muy buena y el 10% considera que es mala.

Esto nos permite conocer que la empresa no cuenta con una buena relación laboral entre sus compañeros por ende el trabajo en equipo es limitado.

PREGUNTA 3:

¿Ud. esta de acuerdo que se aplique el Liderazgo Empresarial en la empresa?

Tabla 3: El Liderazgo Empresarial

ESCALA	FR	%
SI	16	76,19
NO	5	23,81
TOTAL	**21**	100,00

Fuente: Colaboradores de la Empresa Cobre Sistemas S.A.
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

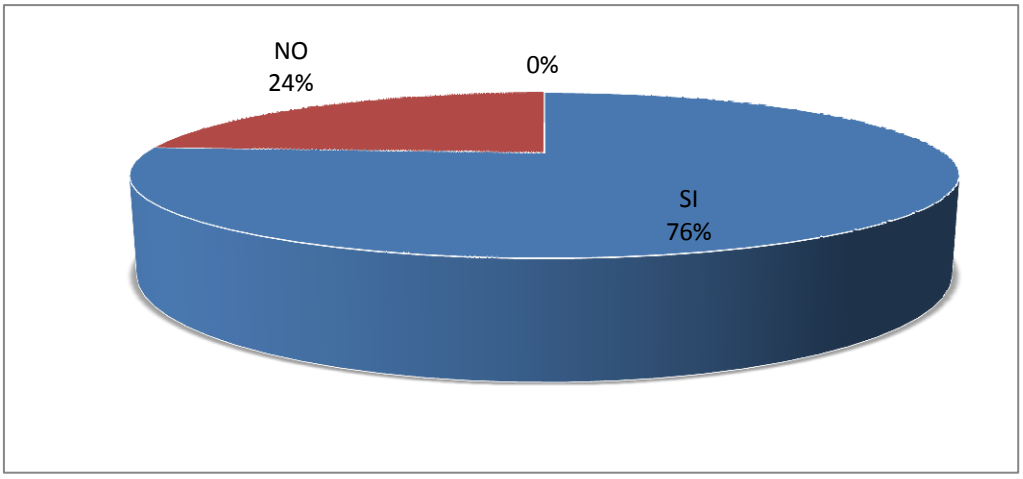


Grafico 3: Liderazgo empresarial
Elaborado por: Lilibeth San Martin

Análisis e Interpretación:

Del total de 21 personas encuestadas el 76% respondieron que SI está de acuerdo que se aplique Liderazgo Empresarial, mientras que el 24% contestaron que NO.

De acuerdo con el resultado obtenido por medio de la encuesta nos permite conocer que la empresa no cuenta con un buen liderazgo empresarial por lo cual, los grupos de trabajo no están motivados teniendo como resultado un bajo funcionamiento de trabajo en equipo, ya que se refleja en la capacidad de retener a sus colaboradores.

PREGUNTA 4:

¿A su criterio ¿Cuál considera que es su grado de satisfacción general con las metas de ventas fijadas en la empresa?

Tabla 4: Grado de Satisfacción con metas propuestas

ESCALA	FRECUENCIA	%
EXCELENTE	2	9,52
MUY BUENA	15	71,43
BUENA	4	19,05
TOTAL	**21**	100,00

Fuente: Colaboradores de la Empresa Cobre Sistemas S.A.

Elaborado por: Lilibeth SanMartin

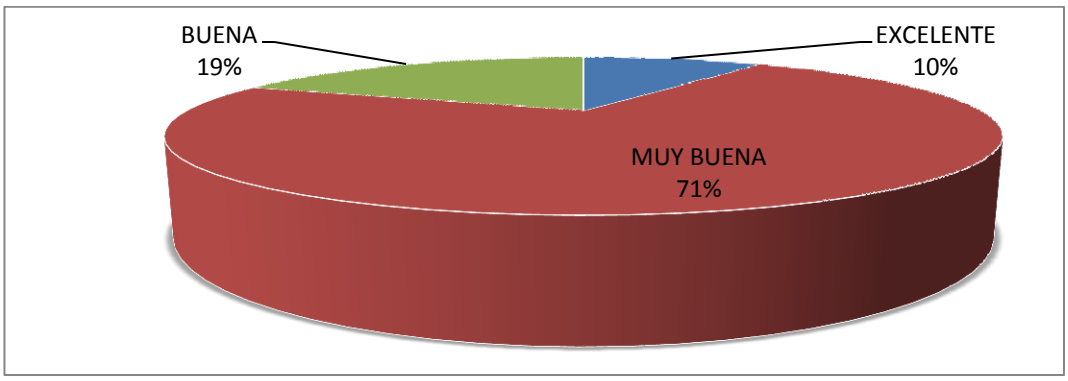


Grafico 4: Grado de Satisfacción
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

Análisis e Interpretación

Del 100% de los colaboradores encuestados el 71% consideran que tienen muy buen grado de satisfacción, mientras que el 10% excelente y el 19% indicó que es buena.

Con un alto porcentaje de los resultados obtenidos se deduce que los colaboradores se encuentran con un grado de satisfacción aceptable, ya que la mayoría están enfocados en el área de ventas teniendo en consideración las metas propuestas por la empresa.

PREGUNTA 5:

¿Siendo 1 el factor más bajo a su criterio del 1 al 5 cómo calificaría Ud. las decisiones tomadas por la gerencia para la comercialización de productos?

Tabla 5: Decisiones tomadas por la Gerencia

ESCALA	FR	%
1	0	0,00
2	6	28,57
3	11	52,38
4	3	14,29
5	1	4,76
TOTAL	**21**	100,00

Fuente: Colaboradores de la Empresa Cobre Sistemas S.A.
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

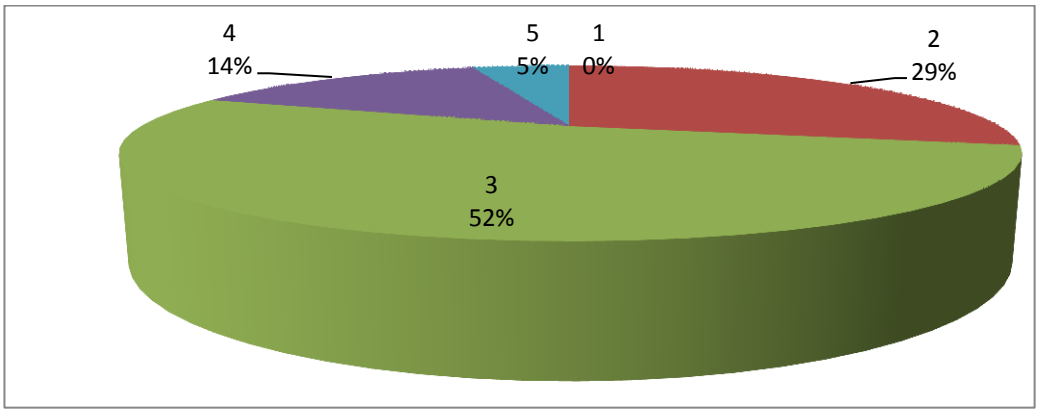


Grafico 5: Decisiones de Gerencia
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

Análisis e Interpretación:

Del total del 100% de las personas encuestadas el 52% afirma que las decisiones tomadas por la gerencia se encuentran en una escala aceptable mientras el 29% respondió que es bajo el nivel de decisiones.

Nos permite conocer que dentro de la empresa no se está enfocando con las decisiones tomadas por la gerencia por ende se refleja en la baja comercialización con respecto a ventas, dando como consecuencia un limitado trabajo en equipo, con la disminución del cumpliendo de las metas establecidas.

PREGUNTA 6:

¿Cómo califica Ud. La Gestión Comercial de la empresa?

Tabla 6: Gestión Comercial de la empresa

ESCALA	FRECUENCIA	%
EXCELENTE	2	9,52
BUENA	15	71,43
REGULAR	4	19,05
TOTAL	**21**	100,00

Fuente: Colaboradores de la Empresa Cobre Sistemas S.A.

Elaborado por: Lilibeth SanMartin

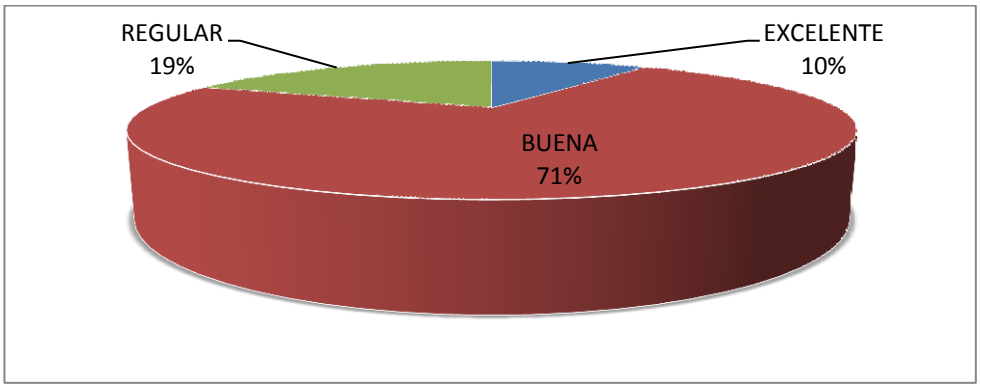


Grafico 6: Gestión Comercial
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

Análisis e Interpretación:

Del 100% de los colaboradores encuestados el 71% consideran que la gestión comercial es buena, mientras que el 19% regular y el 10% indico excelente.

Al comparar los porcentajes de los resultados de la encuesta la empresa se encuentra en una escala aceptable mientras que con este bajo porcentaje se le deberá brindar técnicas de capacitación para el mejoramiento de la gestión comercial mediante la motivación e incentivos.

PREGUNTA 7:

¿La empresa logra cumplir con los objetivos propuestos.

Tabla 7: Objetivos

ESCALA	FRECUENCIA	%
SIEMPRE	5	23,81
OCACIONALMENTE	16	76,19
TOTAL	**21**	100,00

Fuente: Colaboradores de la Empresa Cobre Sistemas S.A.

Elaborado por: Lilibeth SanMartin

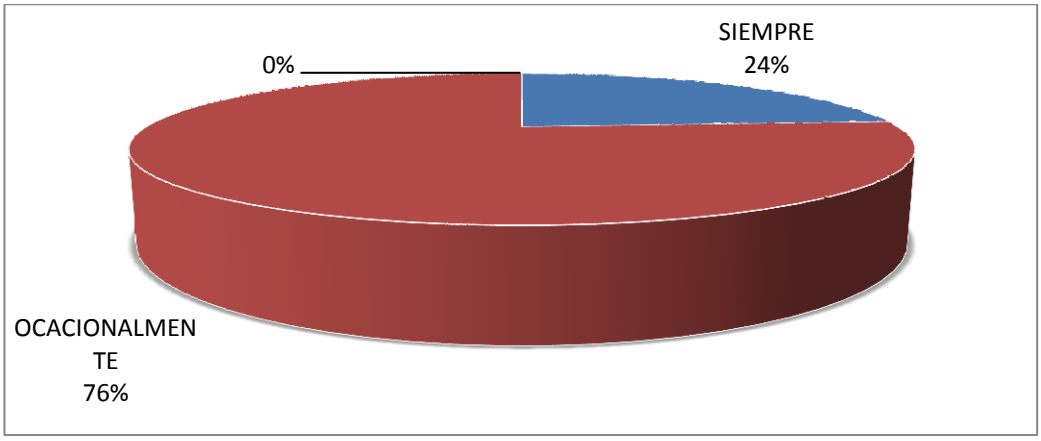


Grafico 7: Objetivos de la Empresa

Elaborado por: Lilibeth SanMartin

Análisis e Interpretación:

De un total de 21 trabajadores encuestados el 76% afirma que ocasionalmente cumplen con los objetivos, mientras que el 24% manifestó que siempre cumplen.

Con un alto porcentaje de los resultados obtenidos nos permite conocer que la empresa no realiza sus funciones con éxito, ya que esto se ve reflejado en la comercialización y por ende no cumple con los objetivos planteados que les designa el jefe inmediato.

PREGUNTA 8:

¿Considera Ud. que actualmente la baja comercialización de ventas se debe a que no tiene una buena Planificación Estratégica?

Tabla 8: Comercialización de Ventas

ESCALA	FRECUENCIA	%
SI	19	90,48
N0	2	9,52
TOTAL	**21**	100,00

Fuente: Colaboradores de la Empresa Cobre Sistemas S.A.

Elaborado por: Lilibeth SanMartin

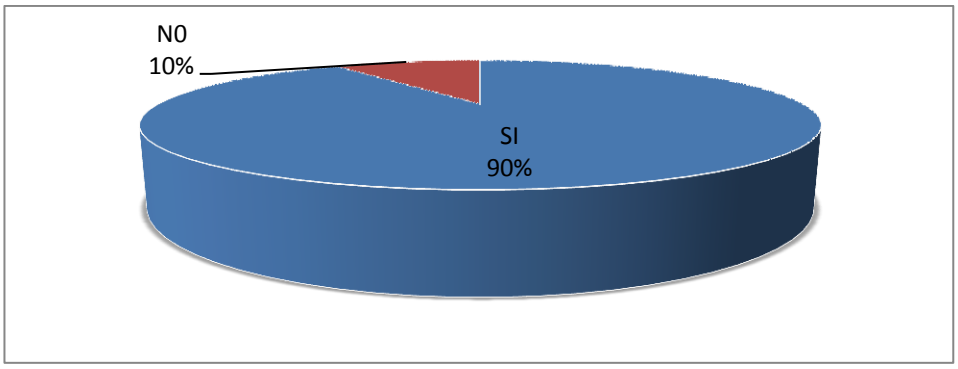


Grafico 8: Comercialización de Productos
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

Análisis e Interpretación:

Como podemos observar en el grafico el 90% de los colaboradores encuestados respondieron que si tiene una baja comercialización de ventas mientras, con un bajo porcentaje menciono que no.

Debido a que no se tiene una buena planificación estratégica dentro de la empresa esto ha llegado a causar una baja comercialización de los productos ofertados lo cual las ventas han disminuido causando baja rentabilidad ya que hay inconformidad y falta de compromiso entre directivos y colaboradores.

PREGUNTA 9:

¿Cómo considera usted la infraestructura física con la que dispone actualmente la empresa Cobre Sistemas S.A.

Tabla 9: Infraestructura

ESCALA	FRECUENCIA	%
EXCELENTE	10	47,62
MUY BUENA	6	28,57
BUENA	5	23,81
TOTAL	**21**	100,00

Fuente: Colaboradores de la Empresa Cobre Sistemas S.A.
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

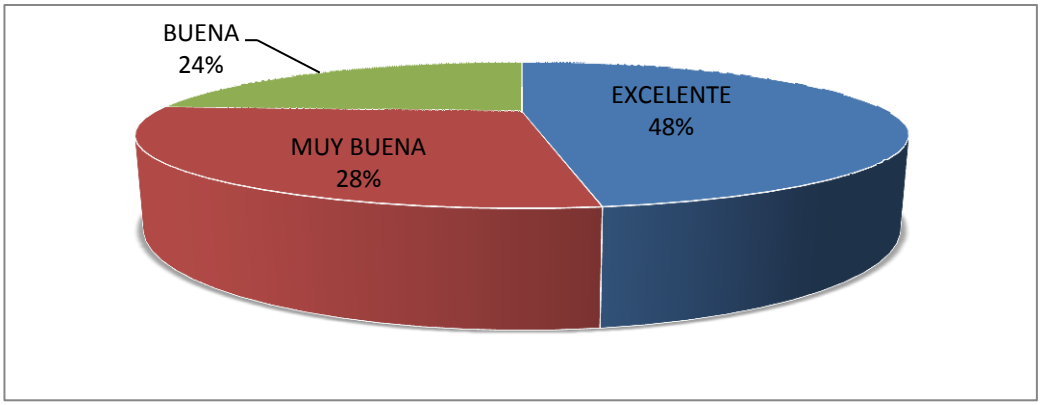


Grafico 9: Infraestructura Física
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

Análisis e Interpretación:

Del 100% de los colaboradores encuestados el 48% contesto que la infraestructura es excelente, mientras que el 28% muy buena y el 24% buena.

Los resultados obtenidos mediante la encuesta nos permite conocer que dentro de la empresa la infraestructura es excelente, lo cual cuentan con el espacio físico adecuado para mejorar el desenvolvimiento de todos sus colaboradores, y de esta forma se sientan a gusto en cada área de trabajo en el que se desempeñan cada uno de sus miembros.

PREGUNTA 10:

Como considera Ud. La comunicación en sus labores diarias dentro de la empresa**.**

Tabla: 10: La Comunicación

ESCALA	FRECUENCIA	%
MUY BUENA	6	28,57
BUENA	7	33,33
MALO	8	38,10
TOTAL	**21**	100,00

Fuente: Colaboradores de la Empresa Cobre Sistemas S.A
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

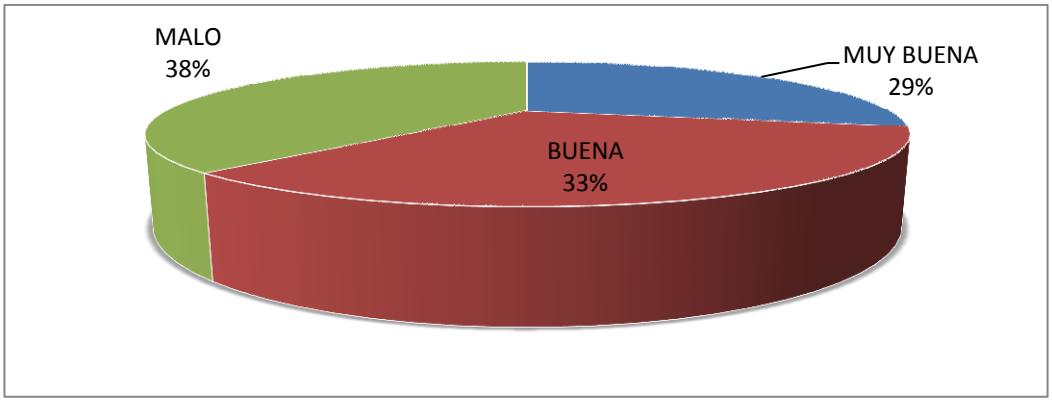


Grafico 10: La Comunicación
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

Análisis e Interpretación:

Del 100% de los colaboradores encuestados el 38% consideran que la comunicación es mala, mientras que el 33% es buena y el 29% indico que es muy buena.

Dentro de la empresa no se tiene una buena comunicación, entre directivos y colaboradores esto se ve reflejado en la disminución de trabajo, por ende aumenta el estrés laboral, ya que el principal problema dentro de una organización es la falta de comunicación entre compañeros.

ENCUESTA REALIZADA A LOS CLIENTES EXTERNOS

PREGUNTA 1:

A su criterio ¿Cuál considera que es su grado de satisfacción general con los productos que comercializa la empresa?

Tabla 11: Satisfacción de Productos

ESCALA	**FRECUENCIA**	**%**
EXCELENTE	17	30,91
BUENO	30	54,55
MALO	8	14,55
TOTAL	**55**	100,00

Fuente: Clientes Externos de la Empresa Cobre Sistemas S.A
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

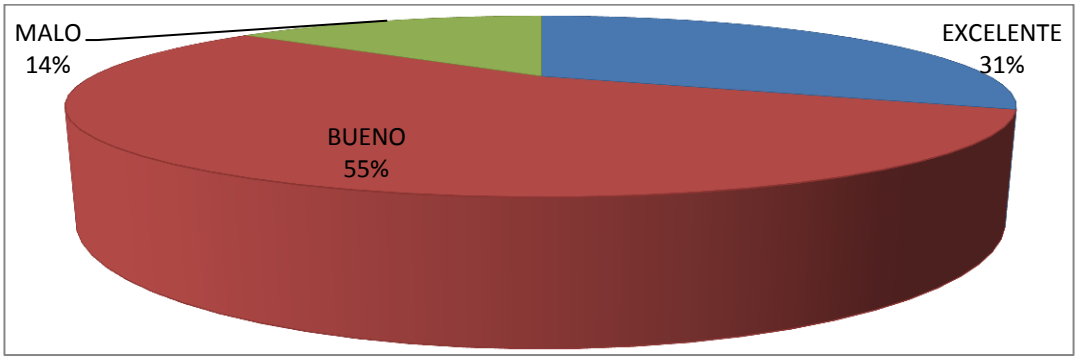


Grafico 11: Satisfacción del Producto
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

Análisis e Interpretación:

Del total de 55 clientes externos encuestados el 55% respondieron que si tienen un grado de satisfacción de los productos comercializados dentro de la empresa el 31% respondió que es excelente mientras que el 14% malo.

Nos permite analizar que se encuentra en una escala aceptable de satisfacción por medio de los productos ofertados, pero se debe tener en cuenta este pequeño porcentaje que respondieron que es malo ya que en el futuro ayudara a potencializar las ventas.

PREGUNTA 2:

¿Siendo 1 el factor más bajo a su criterio del 1 al 5 cómo calificaría ud el servicio y atención recibida por el área de ventas de la empresa Cobre Sistemas S.A**.?**

Tabla 12: Servicio de Atención

ESCALA	**FRECUENCIA**	**%**
1	0	0,00
2	6	10,91
3	26	47,27
4	19	34,55
5	4	7,27
TOTAL	**55**	100,00

Fuente: Clientes Externos Empresa Cobre Sistemas S.A
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

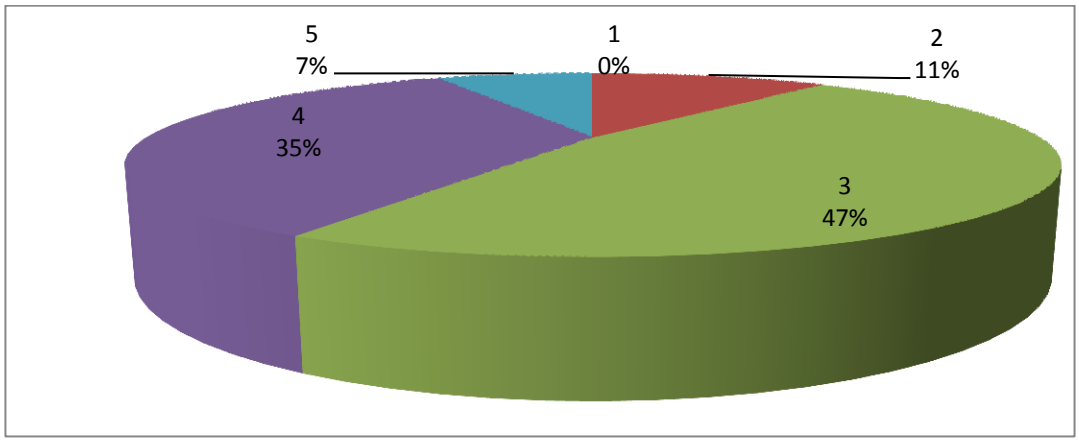


Grafico 12: Servicio al Cliente
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

Análisis e Interpretación:

Del 100% de los clientes eternos encuestados el 47% respondieron que no se les está brindando una buena atención, mientras que con el 4% califican que si es buena.

Se analiza que dentro de la empresa los colaboradores no poseen una buena atención, lo mismo que se ve reflejado en las ventas, un servicio pésimo puede ocasionar la pérdida de clientes lo que se quiere lograr es la fidelización de cada uno de ellos y no permitir que recurran a la competencia.

PREGUNTA 3:

¿Cómo califica Ud. La gestión comercial de la empresa

Tabla 13: Gestión Comercial

ESCALA	FRECUENCIA	%
MUY BUENA	10	18,18
BUENA	39	70,91
REGULAR	6	10,91
TOTAL	**55**	100,00

Fuente: Clientes Externos de la Empresa Cobre Sistemas S.A
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

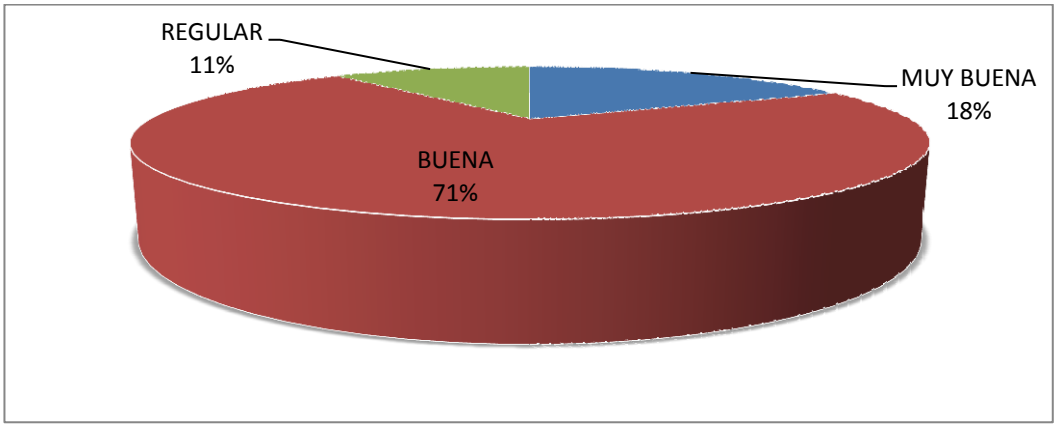


Grafico 13: Gestión Comercial.
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

Análisis e Interpretación:

De acuerdo con las respuestas obtenidas por medio de la encuesta la gestión comercial dentro de la empresa el 71% es muy buena, mientras que el 18% es excelente, y el 11% es regular.

La gestión comercial con la que cuenta la empresa es aceptable, pero se debe tener en cuenta que el principal recurso son los clientes, estar siempre informados de las necesidades de cada uno, innovando con nuevas técnicas de comunicación y habilidades sociales en situación de servicio al cliente a su vez proyectando una buena imagen corporativa.

PREGUNTA 4:

¿Considera usted que se podría mejorar la atención brindada por el departamento de ventas?

Tabla 14: Departamento de Ventas

ESCALA	**FRECUENCIA**	**%**
SI	39	70,91
NO	16	29,09
TOTAL	**55**	**100,00**

Fuente: Clientes Externos de la Empresa Cobre Sistemas S.A
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

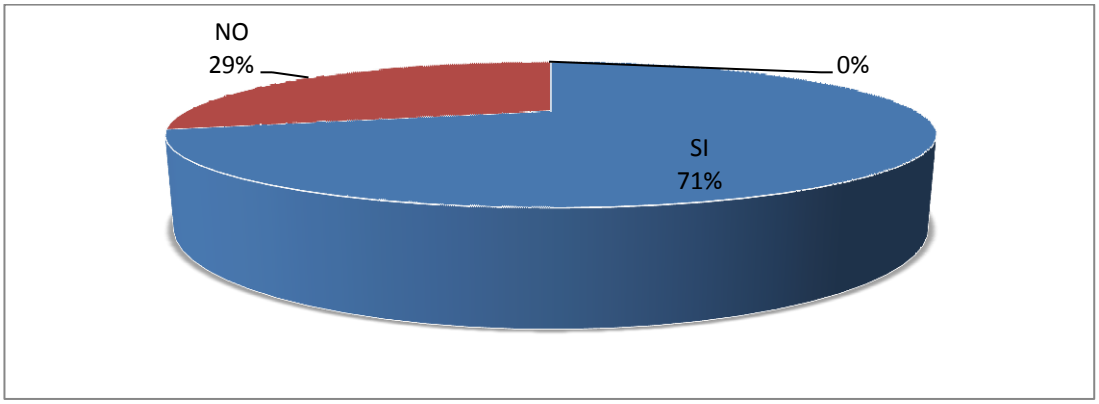


Grafico 14: Atención al Cliente
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

Análisis e Interpretación:

Del total de 55 clientes externos encuestados el 71 % respondieron que si se puede mejorar la atención brindada por parte de los empleados, mientras que el 29% menciono que no.

Como podemos observar en el grafico la mayoría de los clientes menciono que si se puede mejorar la atención brindada, por lo tanto la empresa requerirá de toda la colaboración del personal que la conforman y poder establecer mecanismos para que los clientes den a conocer su punto de vista y opiniones y esto ayudara a tomar las fallas como oportunidades y decidir acertadamente.

PREGUNTA 5:

¿Considera que la calidad del servicio y productos ofertados satisfacen la demanda del mercado actual**?**

Tabla 15: Servicios de Productos

ESCALA	FRECUENCIA	%
SI	41	74,55
NO	14	25,45
TOTAL	**55**	100,00

Fuente: Clientes Externos de la Empresa Cobre Sistemas S.A
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

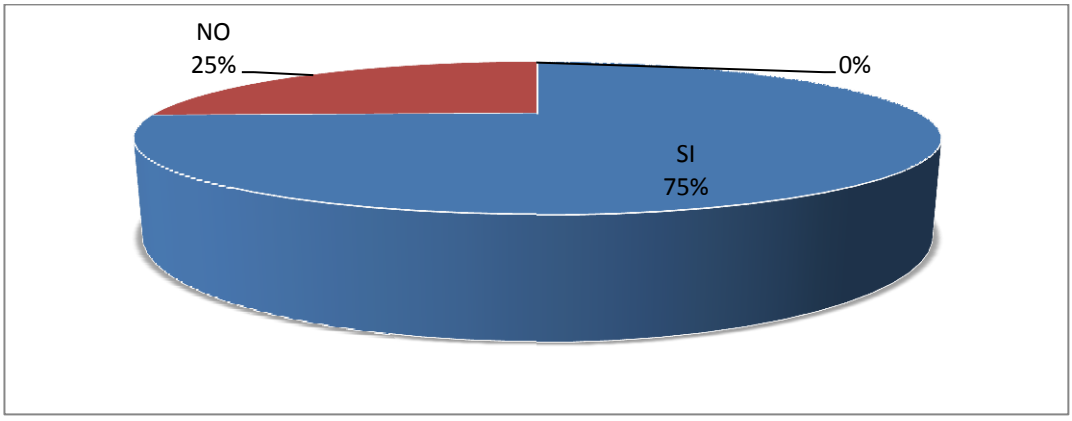


Grafico 15: Demanda del mercado
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

Análisis e Interpretación:

Del total de55 clientes encuestados el 75% respondieron que si mientras que el 18% contesto que no.

De acuerdo con los resultados obtenidos mediante la encuesta se puede apreciar que los productos ofertados son de buena calidad y satisfacen las necesidades de los clientes, pero se debe tener en consideración mejorar la atención al público desarrollando estrategias de diferenciación con la competencia, y así poder posesionarse en la mente de los futuros clientes.

4.3 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Formulación de la Hipótesis:

La Implementación de un Diseño de Modelo de Liderazgo permitirá mejorar la comercialización en la empresa Cobre Sistemas S.A

H0 = Hipótesis nula

H1 = Hipótesis alterna

H0 = = La Implementación de un Diseño de Modelo de Liderazgo NO permitirá mejorar la Comercialización en la empresa Cobre Sistemas S.A

H1 == La Implementación de un Diseño de Modelo de Liderazgo permitirá mejorar la Comercialización en la empresa Cobre Sistemas S.A

Definición del nivel de significación:

El nivel de significación escogido para la investigación fue el 5%

Elección de la prueba estadística

Para la verificación de la hipótesis se escogió la prueba Chi Cuadrado, cuya fórmula es la siguiente:

$$\boldsymbol{x^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}}$$

Simbología:

O = Datos observados

E = Datos esperado

PREGUNTA # 3

¿Ud. esta de acuerdo que se aplique el Liderazgo Empresarial en la empresa?

	OBSERVACIONES	
ESCALA	**FRECUENCIA**	**%**
SI	16	76,19
NO	5	23,81
TOTAL	**21**	100,00

Tabla 16: Liderazgo Empresarial
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

PREGUNTA 8 #

¿Considera Ud. que actualmente la baja comercialización de ventas se debe a que no tiene una buena Planificación Estratégica?

	OBSERVACIONES	
ESCALA	**FRECUENCIA**	**%**
SI	19	90,48
NO	2	9,52
TOTAL	**21**	**100,00**

Tabla 17: Comercialización
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

Matriz de alternativas

PREGUNTAS	ALTERNATIVAS		
	SI	**NO**	**TOTAL**
3	16	19	**35**
8	5	2	**7**
TOTAL	**21**	**21**	**42**

Tabla 18: Matriz de Alternativas
Elaborado por: LilibethSanMartin.

Grado de libertad = (renglones – 1) (columna – 1)

Gl = (r – 1) (c – 1)

Gl = (2 – 1) (2 – 1)

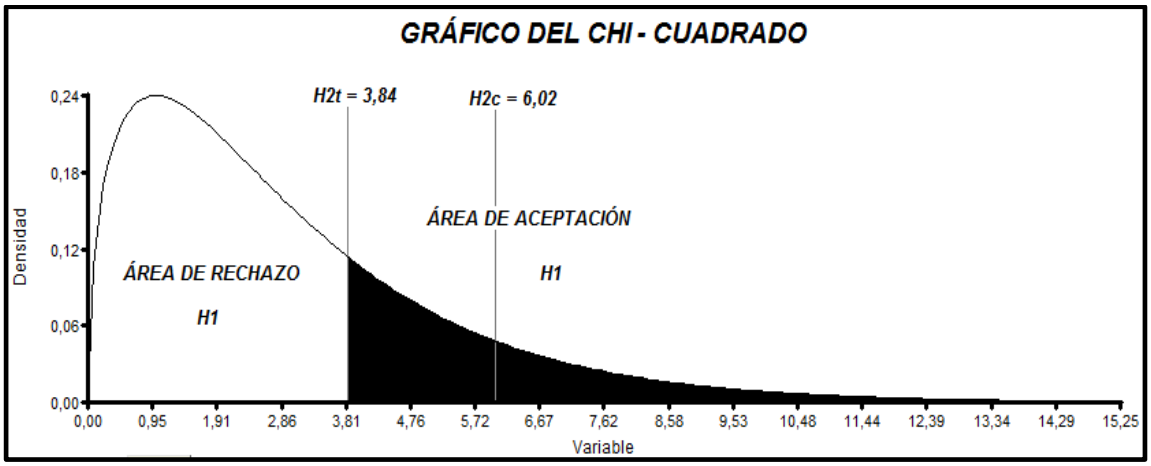
Gl = 1

El valor tabulado de X^2 con 1grado de libertad y un nivel de significación de 0,05 es de 3.841

Calculo X2

$x^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E}$	O Obtenidos	E esperados	(O – E)	$(O-E)^2$	$\frac{(O-E)^2}{E}$
PREGUNTA 3/ SI	16	13,33	2,67	7,13	0,53
PREGUNTA 3/NO	5	0,83	4,17	17,39	3,48
PREGUNTA 8/ SI	19	15,83	3,17	10,05	0,55
PREGUNTA 8/ NO	2	0,29	1,71	2,94	1,46
					$x^2 = 6,02$

Tabla 19: Calculo x^2 Chi cuadrado
Elaborado por: Lilibeth SanMartin.



DECISIÓN

El valor de $X^2_t = 3,841 < X^2_c = 6,02$

Por consiguiente se acepta la hipótesis, es decir La Implementación de un Modelo de Liderazgo Empresarial permitirá mejorar la comercialización en la empresa Cobre Sistemas S.A

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Después de haber finalizado el trabajo de investigación en la empresa Cobre Sistemas S.A se analizó el cumplimento de sus funciones y dio como resultado las siguientes conclusiones:

- Dentro de la empresa nos indica que no cuenta con un buen liderazgo empresarial lo cual los colaboradores no tienen conocimiento con respecto al tema, y esto crea conflictos y falencias entre los grupos de trabajo, ocasionando un retraso en la comercialización, por ende un bajo desempeño laboral.

- Con respecto a la relación laboral que tienen los colaboradores y los directivos dentro de la empresa podemos concluir que se encuentran en una escala baja, con un porcentaje del personal desmotivado, esto ocasiona que no desarrollen sus capacidades y competencias en la comercialización teniendo como consecuencia un bajo crecimiento económico.

- Con un porcentaje elevado y obtenido por medio de las encuestas la empresa no tiene una buena planificación estratégica, es por eso que ha disminuido la comercialización, los colaboradores no están enfocados y direccionados a una sola meta para el incremento de ventas.

- En la empresa la capacitación no debe verse como un gasto más, sino como un beneficio a corto plazo ya que es una forma de mejorar al Talento Humano y responder a las necesidades de sus colaboradores, para incrementar el desempeño en el ámbito laboral.

- La empresa no se están cumpliendo con los objetivos propuestos ya que esto se ve reflejado en sus colaboradores, lo cual no están orientados en sus funciones asignadas, es por eso que resalta la necesidad de motivarles, creando modelos a seguir para el cumplimiento de las metas.

- Las herramientas que proporciona la empresa no son suficientes es por eso que se está viendo afectada la comercialización, teniendo como principal causa la atención al cliente, cada vez es más baja se pudo verificar que por medio de las encuestas los clientes internos no se sienten satisfechos al momento de realizar sus compras.

5.2 RECOMENDACIONES

- Darle una mayor importancia al tema de liderazgo empresarial para que el jefe comercial desarrolle más capacidades, y actitudes y así poder dirigir a todos sus colaboradores, dentro de la empresa, ya que de esa manera podrá tener mejor desempeño laboral de cada grupo de trabajo.

- Realizar un estudio por que el ambiente de trabajo en la empresa no es bueno en que está afectando al personal que no se están cumpliendo con los objetivos planteados.

- Poner en consideración la creación de un plan estratégico para direccionar a los colaboradores afectados y tener una mejor gestión comercial, logrando mejorar el desempeño laboral de esta manera poder conocer las actitudes que posee cada uno de ellos y elevar su grado de capacidad organizacional intelectual.

- Dar capacitación al personal continuamente, buscando desarrollar sus destrezas y habilidades para que se acoplen a las necesidades y requerimientos de la empresa y así lograr una mejor comercialización dentro de la misma

- La empresa Cobre Sistemas S.A. siempre debe estar innovando con nuevos técnicas de gestión para que sus trabajadores se impliquen más en el tema, y posean nuevos conocimientos ya que esto servirá de mucha ayuda para un mejor desenvolvimiento con sus clientes.

- El jefe comercial debería considerar la opción de motivar a sus colaboradores con nuevas técnicas de servicio al cliente que existen el en mercado, basados en parámetros de calidad, proyectar una mejor imagen del producto que se está ofertando, con esto se elevara las ventas y se cumplirá con los objetivos propuestos.

- Implementar un Diseño de Modelo de Liderazgo para mejorar la comercialización, de la empresa cobre sistemas S.A de tal manera que ayude al mejoramiento de las ventas y ser competitivos en el mercado nacional.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 DATOS INFORMATIVOS

Título: Modelo de Liderazgo basado en resultados para la Comercialización de la empresa Cobre Sistemas S.A

Institución Ejecutora: Cobre Sistemas S.A
Beneficiarios: Clientes internos, Jefe de Departamento de Comercialización.

Ubicación: Provincia de Tungurahua
Tiempo estimado para la ejecución: Enero del 2014
Agosto del 2014

Equipo Técnico Responsable: Egresada Lilibeth Verónica SanMartin Pangay
Gerente: Cobre Sistemas S.A

Costo: El costo fluctuara en relación a las propuestas alternativas que la empresa acoja en la presente propuesta.

6.2ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.

Uno de los principales elementos para ser competitivos en el mercado es fortalecer el área comercial, planteándose objetivos que les dirija todos sus esfuerzos para lograr que el personal de la empresa sea competitivo es decir que todos sus colaboradores estén alineados, a las políticas y objetivos propuestos por la empresa donde realizan su trabajo.

Las organizaciones actuales, se desenvuelven en un medio de constantes cambios y de una alta competitividad empresarial, por tanto requiere contar con los mejores recursos y de la más alta calidad para ser competitivos en el mercado

La empresa Cobre Sistemas S.A fue creada para la comercialización de equipos hidroneumáticos e hidromasajes entre otros, pero tiene una necesidad principal como lo es la baja comercialización con estos antecedentes podemos determinar que la necesidad de la empresa, es Implementar un Diseño de Modelo de Liderazgo basado en resultados para el mejoramiento de la comercialización, y así poder fomentar las ventas por medio de la captación de nuevos clientes, ya que cada vez son más exigentes y poder fidelizarlos en forma duradera.

En la empresa no se ha establecido hasta el momento ningún modelo de diseño de liderazgo que permita conocer y analizar los problemas que se presentan dentro de la misma, para así poder optimizar las ventas.

Para los colaboradores de la empresa, es importante contar con el sistema de administración del talento humano, ya que serán los beneficiarios del diagnóstico en los procesos de admisión, evaluación para cumplir con las metas establecidas. De acuerdo con lo establecido que se aplicó dentro de la empresa desde el departamento de ventas

nos permitió conocer las necesidades de esta área ya que los colaboradores necesitan tener un líder que los dirija para el desenvolvimiento de mejor atención al cliente y fortalecer la gestión de comercialización para trabajar bajo enfoques técnicos que les permitirán lograr ventajas competitivas en el mercado.

6.3 JUSTIFICACIÓN

El problema principal que tiene la empresa Cobre Sistemas S.A. es la baja comercialización en tanto a ventas es por eso que se recurrió a implementar un diseño de modelo de liderazgo basado en resultados para poder motivar a sus colaboradores y poder cumplir con los objetivos y metas propuestas de un mejor desenvolvimiento de las actividades de cada uno de los trabajadores y así poder optimizar tiempo y tener una mayor rentabilidad en cuanto a ventas.

Uno de los factores más importantes para el personal interno, es que posean conocimiento de los productos que se están ofertando de esta forma brindara una mejor atención al cliente, ya que contribuye a la razón de ser de la empresa y satisface las necesidades tanto de los clientes internos como clientes externos.

El desempeño laboral de los colaboradores va de la mano con la creación de un ambiente sano y seguro es por eso que el motivo de la propuesta es lograr que el líder del departamento de comercialización guie a todos sus seguidores hacia una sola meta teniendo como finalidad un buen ambiente de trabajo y así se sientan involucrados en todos los procesos ya que el líder no solo es el jefe del equipo también es un guía para que sus colaboradores se sientan comprometidos con la empresa y sacar adelante el proyecto

El propósito principal que tiene la propuesta es en contribuir con una herramienta de apoyo para el departamento comercial para direccionar los esfuerzos de los colaboradores atreves de nuevas técnicas, con la finalidad de mejorar el desempeño laborar optimizando tiempo y así alcanzar en función de las metas de la empresa los

resultados competitivos y de esta forma contribuirá con la sociedad al crear nuevas fuentes de trabajo.

6.4 OBJETIVOS

6.4.1 OBJETIVO GENERAL.

Diseñar un Modelo de Liderazgo basado en resultados que permita mejorar la Comercialización de la empresa Cobre Sistemas S.A.

6.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Conocer que Impacto causara el Modelo de Liderazgo dentro de la empresa.
- Proporcionar estrategias de Liderazgo que permita mejora la Comercialización de la empresa.
- Establecer nuevas estrategias en base al Liderazgo que permita incrementar las ventas, para mejorar la satisfacción, y motivar a los clientes a realizar sus compras.

6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

El estudio realizado en la empresa es analizar la factibilidad de una propuesta y esto implica describir los factores técnicos, que permiten identificar las necesidades financieras, legales, de Talento Humano y políticos que determinan la posibilidad real de llevarla a cabo.

Organizacional

El presente proyecto de investigación se desarrollara de manera eficaz con el apoyo de la empresa Cobre Sistemas S.A. la misma que nos proporciona toda la información

necesaria para el desarrollo de la propuesta, ya que debe adaptarse a los cambios y dar paso a los objetivos para cumplir con las metas captando la fidelización de los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades.

Socio-Cultural

La empresa mantiene una buena relación socio-cultural con los clientes internos estimulándoles y apoyándoles para su crecimiento profesional ofreciendo estabilidad laboral con un buen ambiente de trabajo positivo, para que así se sientan motivados en su área y el desempeño a diario sea mejor.

Económico-Financiero

Esta propuesta es factible porque dentro de la empresa permitirá el mejor desempeño de los trabajadores para incrementar el nivel de ventas y mejorar la rentabilidad de la misma, el jefe departamental está interesado en renovar las técnicas de comercialización e implementar el liderazgo, lo cual se cuenta con los suficientes recursos económicos para poder motivar a los trabadores.

Tecnológico

La empresa Cobre Sistemas S.A. cuenta con los elementos tecnológicos adecuados, para la ejecución de la propuesta los recursos tecnológicos son de última generación, los mismos que sirven para cumplir con los objetivos y metas planteadas del proyecto.

6.6 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA -TÉCNICA

MODELO DE LIDERAZGO BASADOS EN RESULTADOS.

Es un diseño para cumplir con todos los propósitos de la empresa ya que está enfocado con el departamento de comercialización, con la intención de lograr que los clientes internos cumplan con las expectativas de desarrollo integral de todo el personal que la conforma.

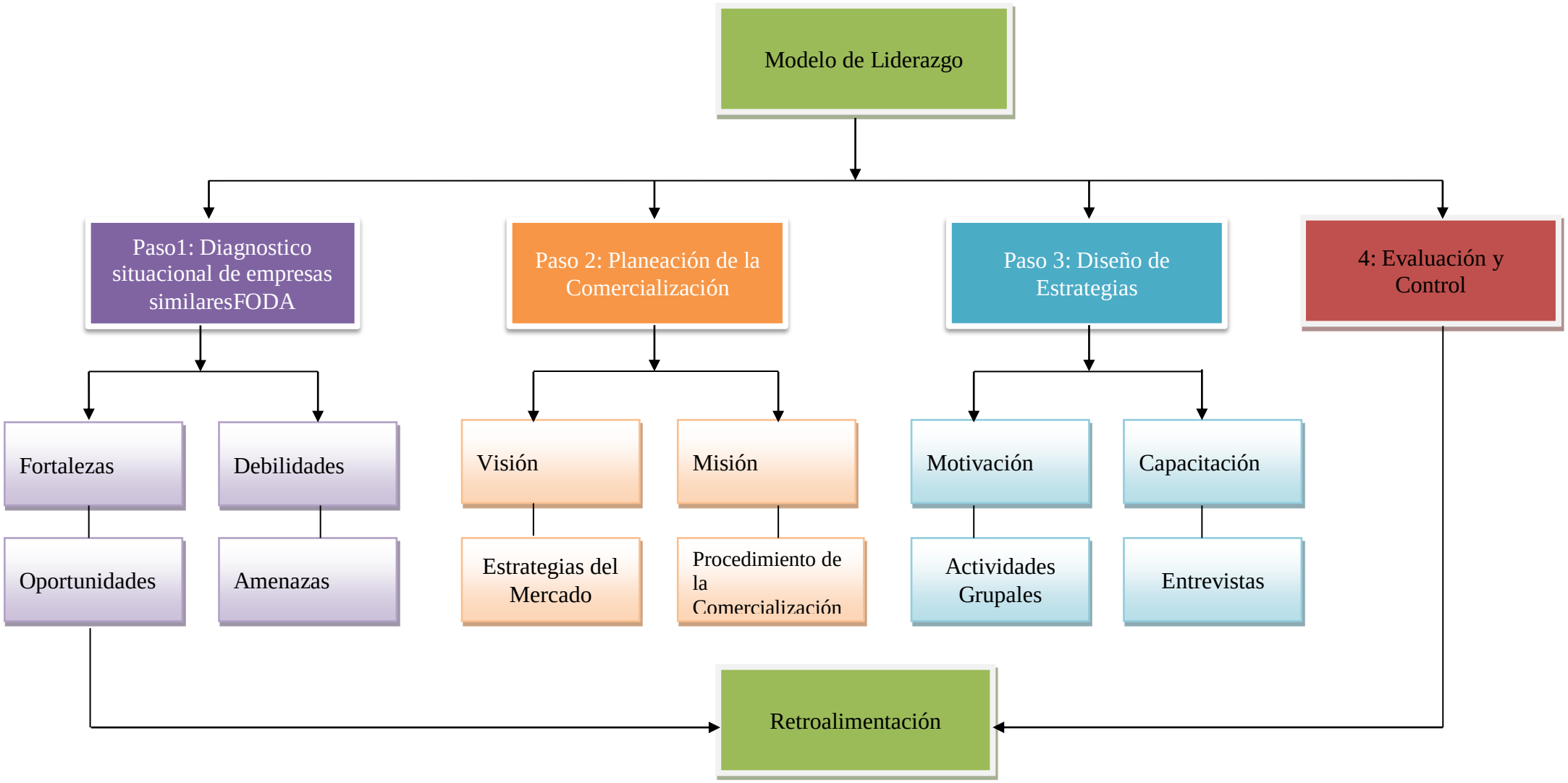
El liderazgo empresarial es un proceso de carácter estratégico que es aplicado de manera organizada y sistemática mediante el cual el personal adquiere o desarrolla

conocimientos y habilidades para mejorar las técnicas de venta y modificar sus actividades frente a la organización manteniendo su eficiencia de tal sentido que constituye un factor importante para brindar una mejor atención al cliente, y así obtener resultados factibles y una mayor participación en el mercado.

Dentro de la comercialización se debe aplicar nuevas técnicas de ventas ya que es importante para que el personal aporte en el puesto asignado, captando un alto índice de clientes para tener un mejor incremento por ende mayor rentabilidad para la empresa., considerando todas las fases del proceso; iniciando con la detección de necesidades, en la cual debe involucrarse todo el personal, para determinar los conocimientos, habilidades y actitudes que son necesarios.

Propiciar la aceptación de la misma, al satisfacer los problemas cuya solución más recomendable es la de preparar mejor al personal para contribuir a alcanzar los objetivos de la organización y así continuando con la programación, ejecución y evaluación del programa.

Modelo de Liderazgo



Primer Paso: Diagnóstico situacional de empresas similares

Para la realización del Diseño de Liderazgo se basará en un análisis de todo los factores de los colaboradores internos, que confrontan la realidad de las similares empresas que existentes en el mercado.

Diagnóstico de la empresa.

Dentro de la empresa el diagnóstico permitirá conocer la situación actual que está cruzando, además se identificara las principales necesidades y problemas en el personal del área comercial, mediante el establecimiento de causas y efectos para buscar la mejor solución del problema planteado**.**

Análisis de la situación actual del Talento Humano

La situación del talento humano se debe optimizar el tiempo, mediante la motivación y poder valorar a toda su gente demostrando los valores de honestidad coraje lealtad y humildad, con la finalidad que nos lleve al punto de partida para lograr que los colaboradores se desempeñe de forma eficaz y correcta.

Para poder realizar este análisis se recurrirá a la técnica del FODA que se presenta a continuación:

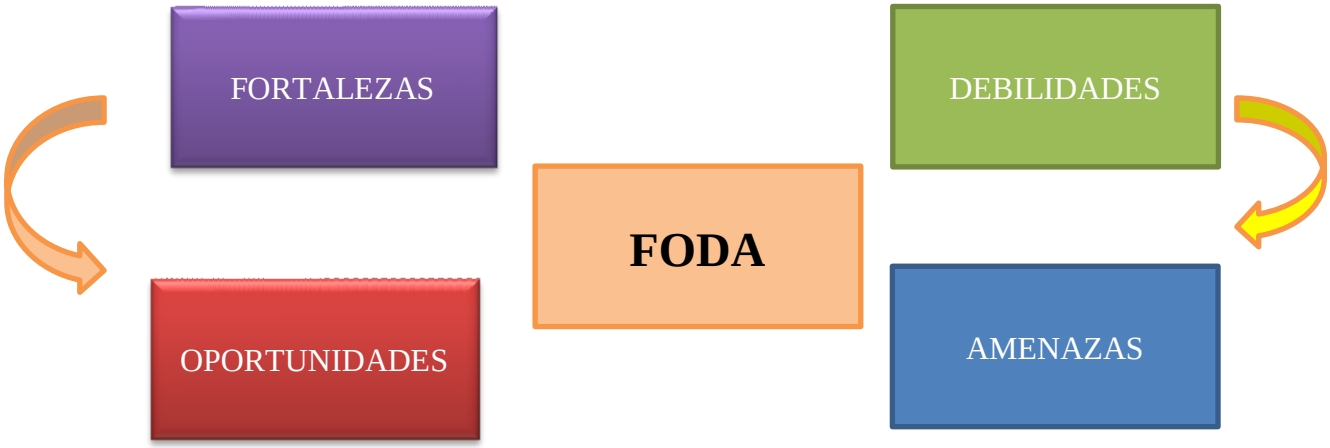


Grafico 16: Análisis FODA

Elaborado por: Lilibeth SanMartin

Análisis Interno

Fortalezas	Debilidades
❖ Infraestructura adecuada para el personal. ❖ Ubicación de la empresa ❖ Diversidad de productos ❖ Buen servicio ❖ Tecnología de punta ❖ Contacto cara a cara con los clientes ❖ Precios más bajos que la competencia.	❖ Presentación inadecuada del personal. ❖ Colaboradores ejecutando funciones que no les corresponde. ❖ Desconocimiento del producto ❖ No contar con un buen Liderazgo ❖ Falta de información del producto por parte de los consumidores.

Tabla 20: Análisis Interno
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

Análisis Externo.

Oportunidades	Amenazas
❖ Implementación de nuevas técnicas de ventas. ❖ Precios y ofertas del producto ❖ Alianzas estratégicas con varias empresas. ❖ Actualización de nuevos productos ❖ Medios de comunicación ❖ Altos costos en los productos de la competencia.	❖ Crecimiento lento del mercado. ❖ Alta delincuencia ❖ Cambios de sistemas políticos. ❖ Desastres naturales. ❖ Demora en la entrega de pedidos ❖ Falta de autoridad

Tabla 21: Análisis Externo
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

Paso 2: Planeación Comercialización.

De acuerdo con el diseño del modelo que se eta presentando servirá como una herramienta principal para el jefe comercial, ya que se puede hacer un breve análisis entre alternativas para guiar y direccionar hacia el mejoramiento de la comercialización

Formulación de la Visión:

Dentro de la empresa Cobre Sistemas S.A para llegar a los cambios es necesario tener una visión amplia que de significado al área comercial tanto de los jefes y colaboradores, de tal manera que proporcione orientación de como se espera que este negocio sea visto por sus clientes ya que se podrá mantener la competitividad y así poder facilitar la formulación de la visión a futuro.

Que ofrece la Visión:

Es ofrecer los servicios tales como son la eficiencia, eficacia y seguridad.

Para que se ofrece la Visión:

Es para brindar y proporcional niveles de seguridad, y así cumplir con los compromisos, de satisfacer la eficiencia del talento humano.

Después de analizar estos puntos que son muy importantes se procede a diseñar la visión de la empresa.

Ejemplo de modelo de Visón para la empresa Cobre Sistemas .A.

Ser reconocidos como una empresa líder en el mercado de la construcción, contar con el personal unido, y comprometido con la innovación de diversos productos de alta calidad, con el fin de mejor el ambiente de trabajo, y brindar nuevas oportunidades para el desarrollo de nuestros colaboradores y sus familias.

Formulación de la Misión:

Se debe tener en cuenta lo que se quiere en ese momento que vendrá hacer la misión es necesario comparar los puntos de vista tanto internos como externos de lo que se está haciendo dentro de la empresa, ya que la misión está enfocada directamente a la satisfacción de los clientes para poder salir a competir en el mercado.

Ejemplo del Modelo de Misión para la Empresa Cobre Sistemas .SA.

Ser una empresa que genere un impacto social positivo a través de nuestros procesos de gestión, mediante la maximización de oportunidades de desarrollo para nuestros colaboradores con la permanente búsqueda de la excelencia a través de la innovación.

Puntos principales que debe tener la Visión

- Describir la razón social a que se dedica la empresa.
- Mencionar a que actividad está dirigida.
- Porque es diferente de la competencia**.**

Perfil de un Buen Líder

Formulación de los Objetivos de un Líder:

Dentro de la empresa es necesario que se evalúen todos los objetivos planteados por el líder, estableciendo metas de desempeño ya que de esta manera ayudaran a cumplir con todos los objetivos propuestos por diferentes equipos de trabajo.

Los objetivos representan el mejoramiento constante que debe cumplirse dentro del área de trabajo asignadas por el departamento de comercialización.

Ejemplo de los objetivos planteados en la empresa Cobre Sistemas S.A

- Ofrecer un mejor servicio de los productos ofertados**,** con el desempeño del personal capacitado.

- ❖ Brindar un excelente servicio a los clientes atreves de la eficiencia de sus colaboradores.
- ❖ Captar y fidelizar a sus clientes externos.

Después de haber realizado la formulación de la visión misión y objetivos, se facilitara la obtención de las metas propuestas, el jefe de comercialización tendrá una visión más amplia de lo que quiere realizar teniendo como objetivo liderar a sus grupos de trabajo y por ende se sentirán motivados y realizaran el trabajo con eficacia

Características de un Líder dentro de la Empresa.

PARÁMETROS	PROCESOS	RESPONSABLE
Ejemplo	Es necesario que el líder sea un ejemplo para el grupo de trabajo echar una mano cuando el personal requiera de su ayuda	Jefe de Comercialización.
Apasionado	Tener un alto índice de carisma de acuerdo con el nivel de pasión que ejerce a si mismo podrá dirigir a su grupo de trabajo.	Jefe de Comercialización.
Buen amigo	Esto implica primero ganarse la confianza y el respeto ser el jefe del equipo, no elegir favoritos tratar a todos por igual.	Jefe de Comercialización.
Motivar al grupo de trabajo.	Si quieres llegar a convertirte en un buen líder siempre se debe tener motivado a todos sus empleados, brindándoles incentivos monetarios y reconocimientos como diplomas.	Jefe de Comercialización.
Autodominio	El líder debe dominarse a sí mismo y podrá dominar a su gruppode trabajo, ya que es un ejemploa seguir.	Jefe de Comercialización.

Tabla 22: Características de un Líder
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

Ejemplo de la formulación de Objetivos planteados dentro de la empresa.

Nivel de Conocimiento	Dentro de la empresa es necesario que posean conocimientos de la situación real de la empresa.	Propietario Gerente Jefe comercial
Costos	Se debe formular objetivos de acuerdo con la situación económica teniendo la proyección a corto y a largo plazo.	Propietario Gerente Jefe comercial
Tiempo	Se debe realizar el proyecto en un tiempo prudente de acuerdo con la planificación establecida.	Jefe Comercial
Capacitación	Se otorgará la capacitación para brindar posibilidades de crecimiento para que todos sus colaboradores se desarrollen adecuadamente en el cargo realizado.	Propietario Gerente Jefe comercial
Nivel de Especialización	Se deberá contar con el personal adecuado y capacitado para que contribuya al logro de los objetivo	Propietario Gerente general Jefe comercial

Formulación de las Estrategia del Mercados.

Se define a la estrategia como un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin, el propósito de la misión es comprobar que se cumplan los objetivos a largo plazo y la elección de las acciones y la asignación de los recursos necesarios para conseguirlos.

La estrategia es la utilización de todos los recursos para logar lo que se quiere hacer en la empresa en este caso es el mejoramiento de la ventas por parte del jefe comercial, encargado de inducir a sus colaboradores alcanza un alto desempeño con sus clientes por ende esto beneficiara tanto al área comercial como a consumidores

Pasos del proceso de Formulación de las Estrategias

1. **Insumos:** Conocer los insumos con que cuenta la organización: el personal, capital, y habilidades administrativas**.**
2. **El entorno Empresarial: e**s el punto de partida para determinar donde se encuentra la empresa y hacia donde quiere dirigirse.

   Ejemplo aplicado en la empresa Cobre Sistemas S.A. la competitividad comercial interna se debe superar para poder lograr mejores ventas en el mercado.
3. **Conocer los propósitos y objetivos de la empresa**: tiene como propósito conocer los principales objetivos hacia donde quiere direccionarse la organización.

   Ejemplo aplicado en la empresa Cobre Sistemas S.A. Fijar los objetivos dentro de la estrategia, para ser competitivos en él, mercado brindando un buen servicio con la finalidad de diferenciarse de la competencia.
4. **Desarrollo de Estrategias Alternativas**: se desarrolla con base a un análisis tanto del ambiente interno como externo.

Ejemplo aplicado en la empresa Cobre Sistemas S.A la principal estrategia puede ser las promociones y ofertas del producto con un bajo costo de comercialización.

Ejemplo de Estrategia Alternativa: instalación gratuita por compra de los productos en oferta.

5. **Evaluación de Estrategias:** las estrategias deben evaluarse cuidadosamente antes de proceder a realizar una elección, las decisiones estratégicas deben considerarse de acuerdo con los riesgos existentes en la empresa.

   Ejemplo aplicado en la empresa Cobre Sistemas S.A la utilización de test de medición y aceptación de las estrategias puestas anteriormente.

Procedimientos de la Comercialización:

Analizar las necesidades de los Consumidores: En la empresa esto nos permite conocer lo que el consumidor requiere al momento de realizar las compras ,consiste en analizar los , gustos, las preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra y demás características de los consumidores que conforman el mercado objetivo.

Proveer que tipo de producto desearon distintos Consumidores: nos permite conocer la variedad de productos que están adquiriendo los clientes para conocer las necesidades actuales que tienen cada uno de ellos y analizar todos los consumidores estarán en los próximos años y cuanto producto compraran.

Toma de Contacto con el Cliente

Este paso es uno de los más importantes porque la apertura de una conversación cara a cara, ya que abarca desde las primeras palabras que se cruzan entre cliente y vendedor, que en ocasiones no tienen aún contenido comercial, sino más bien personal, hasta la siguiente etapa, que denominamos determinación de necesidades, en principio es necesario crear un clima apropiado y distendido, eliminar barreras y despertar la atención del cliente en los primeros 20 o 30 segundos de la entrevista.

Determinación de necesidades

Esta es la etapa en la que el vendedor trata de definir, detectar, reunir o confirmar la situación del cliente sobre sus necesidades, motivaciones o móviles de compra. Cuanta más información logremos del cliente, más fácil será decidir los productos a vender y los argumentos a utilizar para comercializar o vender un producto o servicio hay que hacer coincidir los beneficios de este con las necesidades, motivaciones y móviles expresados por el comprador.

Pasó 3: Diseño de estrategias:

La Motivación Es la fuerza o el impulso interior que mantiene y orienta la conducta del vendedor para lograr un objetivo determinado**.**

Por medio de la motivación les permitirá a sus colaboradores tener mejores relaciones humanas con los clientes, y sus compañeros de trabajo para que cada uno de los empleados se sienta importante dentro de la empresa en las actividades diarias que está desarrollando**.**

Grafico 17: Pirámide

Elaborado por: Lilibeth SanMartin

1: La Autorrealización

Es el camino que sigue la empresa para irse auto descubriendo así mismo, en el cual se conecta con su otro YO real, y vives de aquella identidad; y sólo si siente que está viviendo una vida íntegra, creativa, también puede sentir que en realidad se encuentra en el camino hacia el éxito.

La Moralidad

Dentro de la empresa Cobre Sistemas S.A la moral es un conjunto de normas que se basan en los principios y razones que tiene cada sujeto y que se ha establecidó con su propia conducta.

Actividades Grupales:

El objetivo principal que tiene las actividades grupales es una herramienta para trasmitirán mejor relación laboral a sus colaboradores dentro del área comercial**.**

Importancia:

Esto permitirá ayudar a incentivar a los colaboradores brindando una excelente atención al cliente ya que se debe integrar en sus labores diarias y por ende se verá reflejado en el tipo de servicio que brinde al público en general.

Descripción:

Esto ayudará a la empresa a desarrollar sus actividades grupales de forma adecuada e idónea antes, durante y después del periodo laboral de cada uno de los colaboradores que la conforman.

Tácticas:

Dentro de la empresa se creará un listado de grupos de 3 personas del área donde están laborando, se les brindará un tiempo de 10 minutos para que todos los colaboradores del área comercial, se relacionen unos con otros y de esta manera poder intercambiar información, y puedan interactuar entre sí.

Alcance:

Con esto se lograra que cada uno de los empleados ayude de mejor manera a los clientes brindándoles asesoría, atendiéndolos en todo lo que ellos requieran, ser cordiales al momento de vender el producto ya que un cliente satisfecho es la mejor publicidad que existe en el mercado.

Capacitación en Atención al Cliente:

La finalidad que tiene la capacitación dentro de la comercialización es para la preparación de los colaboradores ya que deben estar listos para poder servir a su cliente, es una principal herramienta de diferenciación con la competencia, a través de estrategias de motivación que le permita sentirse identificado en sus labores diarias y poder reflejar la calidad de servicio que está ofreciendo.

Descripción y Tácticas:

Se propone que le jefe departamental de la empresa Cobre Sistemas S.A busque personas profesionales para que puedan aplicar este tipo de herramientas a todos sus colaboradores del área comercial con la finalidad de que brinden a todos sus clientes un servicio de calidad.

- Desarrollar reuniones que impliquen ir solo al área específica para que los colaboradores den informes de lo que consideran que están bien en la

comercialización y de esta forma puedan aportar con sus ideas y participe activamente para el desarrollo de la empresa.

- Proporcionar a toda el área comercial capacitaciones de nuevas técnicas de ventas como servicio al cliente, y relaciones humanas.
- Incentivar al personal por medio de capacitaciones, para poder aspirar logros, y ascensos laborales.

Alcance:

La empresa asignará al personal capacitado para que pueda atender al público de una manera sutil, para lograr los objetivos propuestos y cumplir con

Medición de la Motivación:

En este modelo se detallará la forma de la medición de la motivación que se utilizará en esta etapa la cual se desarrolla para poder lograr el mejoramiento de la eficiencia del talento humano en la comercialización siendo esta utilizada como una herramienta necesaria para el crecimiento del negocio y por ende procurar a mejorar su aceptación dentro del mercado**.**

En base a la planeación dirección y eficiencia de las actividades se presentan varios puntos tanto el jefe comercial como sus colaboradores deben tener en cuenta el desarrollo de todas sus funciones porque de esta manera todos los que conforman la empresa deben sentirse comprometidos con el objetivo propuesto el cual es mejorar la comercialización**.**

Al momento de finalizar el modelo se detallará una serie de acciones que el gerente y el jefe comercial debe tener presente, para proyectar una mejor imagen a los clientes y por ende tener un mayor crecimiento económico, se debe hacer un análisis de las

actividades que están realizando cada uno y tomar la mejor decisión para mejorar la eficiencia del talento humano.

Mediante la propuesta se aplicará Test.

En la empresa los colaboradores están informados de todas las actividades y cambios que se dan interna y externamente, servirá como una ventaja para ayudar a mejorar la comunicación entre compañeros y el jefe comercial y así evitar cometer errores y se lograra con eficiencia la dirección del recurso humano.
La manera que el Jefe Comercial va evaluar a su equipo de trabajo es por medio de la comunicación a continuación se presenta las siguientes test de evaluación:

Oral:

- La ventaja que tiene este medio de comunicación es que el mensaje que se les quiere transmitir, a sus empleados, se envía y se recibe de manera rápida; y de esta forma se logrará una mejor captación de conocimientos que han ido adquiriendo mediante todo el período de trabajo.

- Pero también tiene una desventaja es cuando se involucran más de una persona en la recepción del mensaje, y esto podría causar una distorsión.

Escrito:

- En la empresa es muy importante contar con la comunicación escrita, ya que permite tener claro los objetivos, se comprende todo aquello que transmite por medio de las palabras, o símbolos escritos que servirán de mucha ayuda al momento de evaluar todo el departamento de comercialización.

El siguiente test tiene como objetivo principal evaluar los conocimientos adquiridos tanto del jefe comercial como de sus colaboradores, para seguir mejorando dentro de la empresa y de esta forma se detectará los errores o deficiencia que se han presentado durante todo el período de la comercialización

EMPRESA: Cobre Sistemas S.A

NOMBRE DEL EMPLEADO: Manuel Castillo

CARGO QUE DESEMPEÑA: Vendedor

FECHA:……

ACTITUDES	EVALUACIÓN
1. Visionario.	
2. Amable	
3. Responsable	
4. Controlar situaciones	
5. Evitar conflictos	
6. Tomar decisiones	
TOTAL DE PUNTOS OBTENIDOS	

CONOCIMIENTOS	EVALUACIÓN
1. Eficiencia	
2. Dirección de la comercialización	
3. Conocimientos sobre liderazgo	
4. Conocimiento sobre atención al cliente	
TOTAL DE PUNTOS OBTENIDOS	

HABILIDADES	EVALUACION
1. Toma de decisiones	
2. Conocimientos de ventas	
3. Conocimiento del producto	
4. Interacción con los clientes	
5. Capacidad de resolver problemas	
TOTAL DE PUNTOS OBTENIDOS	

INTERES	EVALUACIÓN
1. Atención al cliente	
2. Incremento de ventas	
3. Aprendizaje continuo	
TOTAL DE PUNTOS OBTENIDOS	

Tabla 24: Test de Evaluación de un Líder
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

Entrevista:

En la empresa Cobre Sistemas S.A. se podrá aplicar las entrevistas con el objetivo de mejorar las relaciones interpersonales entre jefe y colaboradores es muy importante que exista compañerismo y buenas relaciones de trabajo dentro de la comercialización debido a que esta are depende de un buen funcionamiento.

Para poder desarrollar esta estrategia se deberán aplicar los siguientes pasos:

- **Paso 1 Buscar tiempo para conversar**: Los colaboradores necesitan comunicarse con el jefe para intercambiar información, opiniones, ideas que mejoren el desarrollo de la comercialización.

- **Pasó 2 Espacio de trabajo**: La empresa debe contar con un espacio que le permita al Gerente, Jefe y sus colaboradores conversar de manera confidencial para tener una mejor comprensión de ambas partes.

- **Paso 3 Espacio de Opinión**: Es muy importante este paso porque aquí se involucra la máxima autoridad de la empresa y todos sus empleados donde podrán manifestar sus puntos de vista de la situación real que se está viviendo.

- **Paso 4 convenio mutuo**: Como recomendación para la empresa se debe dejar un respaldo por escrito donde conste la conformidad de todo los que asistieron

Ideas para mejorar la comercialización en ventas:

- **Ser paciente:** Esto significa darle suficiente tiempo al cliente a la hora de realizar la entrevista**.**

- **Saber guardar silencio:** Es quedarse callado durante un tiempo para poder escuchar lo que el cliente le está sugiriendo.

- **Evitar Interrumpir:** en esta idea no se debe interrumpir al cliente al. momento que se está expresando porque podría mal interpretarlo y no se podrá concluir con las ventas.

- **Haz preguntas**: Esto animará a los clientes por que aquí se muestra el interés que tiene por parte del empleado

- **Simpatizar con el cliente:** Se trata de escuchar y observar todo desde su punto de vista.

- **Libertad de Expresión:** hacer que el cliente se sienta cómodo el, momento de expresar sus ideas.

Evaluación Psicológica

Mediantes esta evaluación se obtendrá resultados favorables para la comercialización, el jefe debe hacer uso de esta evaluación psicológica que ayudará a medir el nivel de aceptación y aprendizaje que los colaboradores han tenido durante este periodo.

Modelo de evaluación psicología para los colaboradores del área Comercial:

En la empresa Cobre Sistemas S.A. se aplicó este modelo de evaluación a todos los colaboradores que la conforman a continuación se detallara una serie de preguntas que ellos respondieron con sinceridad la cual creyeron la respuesta conveniente:

PREGUNTAS	SI	NO
1: Cree Ud. que la Capacitación es de beneficio para el desarrollo de su trabajo en las labores diarias.	X	
2: Considera Ud. que sus inquietudes fueron resueltas por medio de esta capacitación.	X	
3: Cree Ud. que es importante recibir este tipo de charlas.	X	
4: Considera Ud. que se puede obtener una mejor comercialización de ventas.	X	
5: Cree Ud. que la capacitación ayudará a mejor el servicio al cliente.	X	
6: Ud. está de acuerdo que la capacitación ayudará en la orientación de la toma de decisiones	X	
7: Ud. considera que actualmente necesitan capacitación para mejorar la comercialización,	X	
8: Estaría de acuerdo que les evalúen cada 6 meses su rendimiento laboral		X
9: A su criterio considera Ud. que se mejorar las ventas mediante las charlas motivacionales.	X	

Tabla 25: Test Psicológica
Elaborado por: Lilibeth SanMartin

Pasó 4: Evaluación y Control

El gerente general de la empresa Cobre Sistemas S.A deberá evaluar al jefe comercial y a sus colaboradores atreves de test, entrevistas, y evaluaciones psicológicas de un periodo de 6 meses las estrategias del modelo de liderazgo basado en resultados para mejorar la comercialización para que de esta manera se puedan aplicar las medidas y dar un seguimiento completo para adoptar las estrategias mencionadas.

Como recomendación para la empresa Cobre Sistemas S.A se debe realizar la evaluación de la siguiente manera:

Evaluar a los colaboradores del área comercial atreves de una serie de preguntas elaboradas en un pequeño cuestionario que se les otorgara a cada uno de ellos después de a ver recibido la capacitación

Realizar una pequeña reunión entre el propietario y todos sus empleados para saber exactamente si está mejorando el nivel de eficiencia dentó de la comercialización y de esta forma poder detectar todos los errores para proceder a su corrección.

Siempre llevar el control de todos los empleados que laboran en el área comercial para después proceder a medir el grado de satisfacción que la empresa les proporcionado durante la prestación del servicio.

Realizar de manera imprevista las entrevista a los colaboradores, después revisar los datos estadísticos, sobre las ventas, en un periodo determinados y así poder medir la eficiencia de la comercialización si ha tenido una alto o baja en el desarrollo de cada uno de los empleados y de esta manera saber si ayudado a tener un mayor afluencia de clientes.

Plan de implementación del Modelo de Liderazgo para mejorar la Comercialización de la empresa Cobre Sistemas S.A.

En la empresa Cobre Sistemas S.A para poder implementar este diseño de Modelo de Liderazgo es necesario determinar todos los procesos, se contara con pasos a seguir para la respectiva aplicación.

Se considera necesaria la presentación de políticas y estrategias, ya que las políticas servirán como orientación en un determinado momento siendo las estrategias de gran ayuda para ver la forma en que el diseño de modelo de liderazgo se da a conocer dentro de la empresa

Objetivos

Objetivo General

Orientar al Jefe Comercial de la empresa sobre la incrementación de ventas en la comercialización con la implementación del modelo de liderazgo basado en resultados.

Objetivos Específicos:

Proponer el desarrollo y la aplicación del modelo de liderazgo basado en resultados para mejorar la comercialización de la empresa Cobre Sistemas S.A.

Dar a conocer las acciones necesarias para facilitar la Implementación del Diseño del Liderazgo de la empresa Cobre Sistemas S.A.

Determinar quiénes son los responsables directos de la Implementación del Diseño del Modelo del Liderazgo dentro de la empresa Cobre Sistemas S.A

Proceso para la Implementación del Modelo de Liderazgo

El autor del diseño del Modelo de Liderazgo presenta la propuesta de ejecución al Gerente General de la empresa Cobre Sistemas S.A. para su correspondiente consideración sobre la aplicación para mejorar la comercialización en tanto a ventas.

Después de haber sido aprobada la propuesta por el gerente y en coordinación con el Jefe Comercial y sus colaboradores se implementaran todas las etapas del modelo vistas anteriormente.

El Gerente General y el Jefe Comercial se encargara de evaluar periódicamente el proceso de implementación del modelo, en caso de ser necesario se aplique las medidas correctivas.

El seguimiento y control de la propuesta tiene como objetivo tener resultados favorables, ya que se debe considerar los resultados d las reuniones sobre la cual se toman decisiones de la implementación del modelo de liderazgo.

Se debe hacer retroalimentación de uno de los pasos mencionados anteriormente de la propuesta, puede darse en cualquier momento cuando lo requiera necesario siempre y cuando procurar no dejar espacios vacíos en el proceso para que esto no impida el desarrollo.

Políticas para la Implementación del Liderazgo.

Se debe determinar con qué recursos cuenta la empresa para la evaluación del modelo lo cual servirá como soporte para su aplicación.

Se debe mantener los programas de capacitación para aplicar a la comercialización en la empresa.

Responsable de la Implementación del Modelo

En la empresa Cobre Sistemas S.A. el responsable directo de la evaluación y la implementación de dicho modelo de liderazgo basados en resultados será el jefe comercial el cal tendrá como responsabilidad implementarlo, y darle seguimiento necesario valiéndose del apoyo de todos sus colaboradores de su área.

Seguimiento y continuidad de la Implementación del Modelo

Se verificara el cumplimiento de todas las estrategias y políticas de la implementación del modelo mediante un evaluador calificado.

Que las etapas del modelo se estén desarrollando en el mejoramiento de las ventas propuestas en la comercialización.

Dentro del área comercial evaluar la cantidad de situaciones problemáticas presentados y resueltos siempre tomando en cuenta la participación del jefe comercial y su equipo de trabajo para la búsqueda de la, mejor solución en cuanto a la comercialización.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA LA IMPLEMENTACION DEL MODELO DE DISEÑO DE LIDERAZGO

Todas las actividades que se han realizado para la elaboración de este proyecto de investigación están argumentadas en el siguiente cronograma de actividades:

ACTIVIDADES	ENERO				FEBRERO				MAYO	
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
Elaboración del tema										
Antecedentes										
Justificación										
Fundamentación										
Modelo operativo										
Administración										

Cuadro Nº 7: Cronograma de actividades

(**Elaborado por:** Lilibeth SanMartin)

RECURSOS

Recursos Institucionales

El presente trabajo se realizará en la empresa Cobre Sistemas S.A. la misma que nos facilitará la información necesaria, proporcionada personal administrativo de la misma.

También interviene la Universidad Técnica de Ambato con la Facultad de Ciencias Administrativas en la carrera de Organización de Empresas que nos brinda la oportunidad de realizar el trabajo de Investigación y realizar técnicamente este trabajo.

Recursos Humanos

- **Investigador:** Lilibeth SanMartin, encargado de la recolección de datos e información en el lugar de los hechos para tratar de resolver el problema.
- **Personal Administrativo de la Empresa:** mismos que brindarán datos que ayuden a la resolución del problema.
- **Colaboradores de la empresa:** todo el personal de la empresa Cobre Sistemas S.A. mismo que brindarán la información necesaria para poder resolver el problema.
- **Tutor:** Ing. Amparito León quien estará encargado de la tutoría y asesoramiento de que mi trabajo para que pueda realizar a futuro mi tesis.

Recursos Materiales:

CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
3	Esferográficos	$0.30	$0.90
1	Resaltador	$1.25	$1.25
1	Corrector	$1.75	$1.75
1	Cuaderno Universitario	$3.50	$3.50
1	Resma Papel Bond	$7.25	$7.25
1	Perfil	$1.25	$1.25
1	Caja de Cd's	$15.50	$15.50
200	Copias	$0.02	$4.00
200	Impresiones	$0.06	$12.00
1	Lápiz	$1.25	$1.25
1	Borrador	$0.50	$0.50
		SUBTOTAL	$49.15

Cuadro Nº 8: Recursos Materiales

(**Elaborado por:** Lilibeth SanMartin

Recursos Tecnológicos:

UNIDAD	DETALLE	TIEMPO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
5 meses	Internet	80 horas	$1.00	$80.00
1	Computador	300 horas	$0.60	$180.00
1	Impresora	10 horas	$0.80	$8.00
1	Calculadora	5 horas	$0.50	$2.50
1	Cámara Fotográfica	10 horas	$0.80	$8.00
1	Pen Drive	50 horas	$1.00	$50.00
			SUBTOTAL	**$328.50**

Cuadro Nº 9: Recursos Tecnológicos

(**Elaborado por:** Lilibeth SanMartin

Recursos Financieros:

El financiamiento de este proyecto es por capital propio del investigador del costo total se fija un 10% para imprevistos que puedan darse.

CANTIDAD	DETALLE	TIEMPO	COSTO U.	TOTAL
1	Investigador	180 días	3.00	540.00
			SUBTOTAL	**540.00**

CANTIDAD	DETALLE	TIEMPO	VALOR U.	TOTAL
1	Transporte	30 días	1.50	45.00
1	Alimentación	30 días	2.50	75.00
			SUBTOTAL	**120.00**

Cuadro Nº 10: Recursos Financieros

(**Elaborado por:** Lilibeth SanMartin

SUBTOTALES **$**1.037.65

INPREVISTOS $ 116.50

TOTAL $ 1.154.15

BIBLIOGRAFIA

- **BERTA MADRIGAL** (2002) Habilidades directivas Jesús mares Chacón, segunda Edición, mexicoMegra- Hill pág. 156-15
- **CHIAVENTO, I**. (2009).*Comportamiento Organizacional*. México: Interamericana editores, S.A de C.V.
- **CHRIS ROEBUCK***La inteligencia emocional* .México: Editorial McGraw-Hill
- **CUERVO, A**. (1994). *Introducción a la Administración de Empresas*. Editorial México: Interamericana editores, *S.A de C.V.*
- **DARIO RODRIGUEZ MANSILLA** *La cultura organizacional*. México: Editorial McGraw-Hill
- DESSLER, Gary(2001) *Administración de Personal*". 8va. ed. México. Editorial Pretince Hall
- **FRANKLIN, BENJAMÍN**(1998) *Organización de Empresas. Análisis diseño y estructura*" México: Editorial McGraw-Hill
- **GONZALEZ, M., y OLIVARES, S.** (2000). *Comportamiento Organizacional*. .México: Grupo Patria Cultural.
- **JUAN HUERTA, GERARDO RODRIGUEZ (**2006) Desarrollo de habilidades directivas Javier Reyes Martínez, primera edición, México, Pearson Educación,
- **PERIS R.**(1998)"*El liderazgo organizacional* : *un acercamiento desde las teorías implícitas* "México, Editorial Thomson Learning, 2002
- **ROBERT R.RAUBIN**(Pág. 65-103)*comportamiento organizacional* .México: Editorial McGraw-Hill
- **RODRIGUEZ; JOAQUÍN** (2002) "*Cómo elaborar y usar los manuales administrativos*" 3ra. Ed. México, Editorial
- **SALAZAR Francis,** (2005); "*Gestión Estratégica de Negocio*. México editorial Pearson
- Thomson Learning, 2002

INTERNET

- http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/rrhh/relacioneshumanas1.htm(Consulta: 03/11/ 2012).
- http://www.monografias.com/trabajos5/relhuman/relhuman.shtml(Consulta:03/11/ 2013).
- http://www.etica.edorg.com/13.Marco00.pdf/comportamiento organizacional.htm(Consulta 03/17/2013)
- http://www.monografias.com/trabajos16/motivacion-recursos-humanos/motivacion-recursos-humanos.shtml(Consulta: 03/12/ 2014).
- http://repo.uta.edu.ec/bitstream/handle/123456789/1376/296%20Ing.pdf?sequence=1#page=1&zoom=auto,-106,848

ANEXOS

ANEXO Nº1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

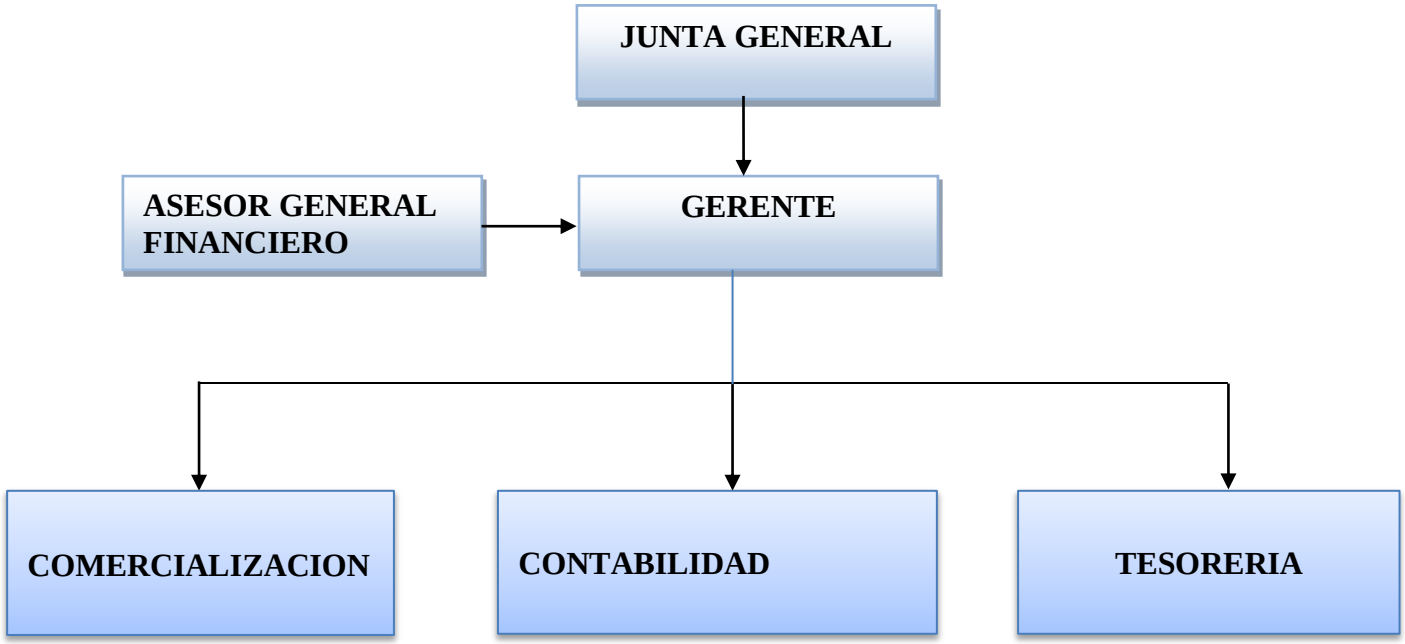


Grafico N18: Organigrama Estructural
Elaborado por Lilibeth SanMartin

ANEXO Nº2

CUESTIONARIO

UNIVERSIDAD TÈCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Encuesta sobre el Liderazgo Empresarial y la Comercialización de la empresa Cobre Sistemas S.A.

OBJETIVO:

Identificar el Liderazgo Empresarial de la empresa Cobre Sistemas S.A. en cuanto a la comercialización.

INSTRUCCIONES

- Seleccione solo una de las alternativas.
- Marque con una X en el recuadro la alternativa que usted eligió.

1. **¿Cuánto tiempo trabaja usted en la empresa?**
   - Menos de un año ( )
   - Entre 1y 3 años ( )
   - Más de 3 años ( )
2. **¿Cómo considera la relación laboral que mantiene usted con la empresa?**
   - Muy Buena ( )
   - Buena ( )
   - Mala ( )
3. **¿Ud. esta d acuerdo que se aplique el liderazgo empresarial en la empresa?**
   - SI ( )
   - No ( )
4. **¿A su criterio ¿Cuál considera que es su grado de satisfacción general con las metas de ventas fijadas en la empresa?**
   - Excelente ( )
   - Muy Buena ( )
   - Buena ( )

5. **¿Siendo 1 el factor más bajo a su criterio del 1 al 5 cómo calificaría Ud. las decisiones tomadas por la gerencia para la comercialización de productos?**
   - **1( ) 2( ) 3( ) 4( ) 5( )**

6. **¿Cómo califica Ud. La gestión comercial de la empresa?**
   - Excelente ( )
   - Buena ( )
   - Regular ( )

7. **¿Cree ud que la empresa logra cumplir con los objetivos propuestos?**
   - Siempre ( )
   - Ocasionalmente ( )

8. **¿Considera usted que actualmente la baja comercialización de ventas se debe a que no tiene una buena Planificación Estratégica?**
   - Si ( )
   - No ( )

9. **¿Cómo considera usted la infraestructura física con la que dispone actualmente la Cobre Sistemas S.A.**
   - Excelente ( )
   - Muy Buena ( )
   - Buena ( )

10. **¿Cómo considera ud la comunicación en sus labores diarias dentro de la empresa?**
    - Muy Buena ( )
    - Buena ( )
    - Mala ( )

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN
QUE TENGA UN BUEN DÍA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ENCUESTA DIRIGIDA A CLIENTES EXTERNOS

OBJETIVO:

Identificar el Liderazgo Empresarial de la empresa Cobre Sistemas S.A. en cuanto a la comercialización.

INSTRUCCIONES

- Seleccione solo una de las alternativas.
- Marque con una X en el recuadro la alternativa que usted eligió.

1. **A su criterio ¿Cuál considera que es su grado de satisfacción general con los productos que comercializa la empresa?**
   - Excelente ( )
   - Bueno ( )
   - Malo ( )
2. **¿Siendo 1 el factor más bajo a su criterio del 1 al 5 cómo calificaría Ud. el servicio y atención recibida por el área de ventas de la empresa Cobre Sistemas S.A.?**
   - **1( ) 2( ) 3( ) 4( ) 5( )**
3. **¿Cómo califica Ud. la gestión comercial de la empresa?**
   - Muy Buena ( )
   - Buena ( )
   - Regular ( )
4. **¿Considera usted que se podría mejorar la atención brindada por el departamento de ventas?**
   - Si ( )
   - No ( )

5. **¿Considera que la calidad de servicio y productos ofertados satisfacen la demanda del mercado actual?**

   - Si ( )
   - No ( )

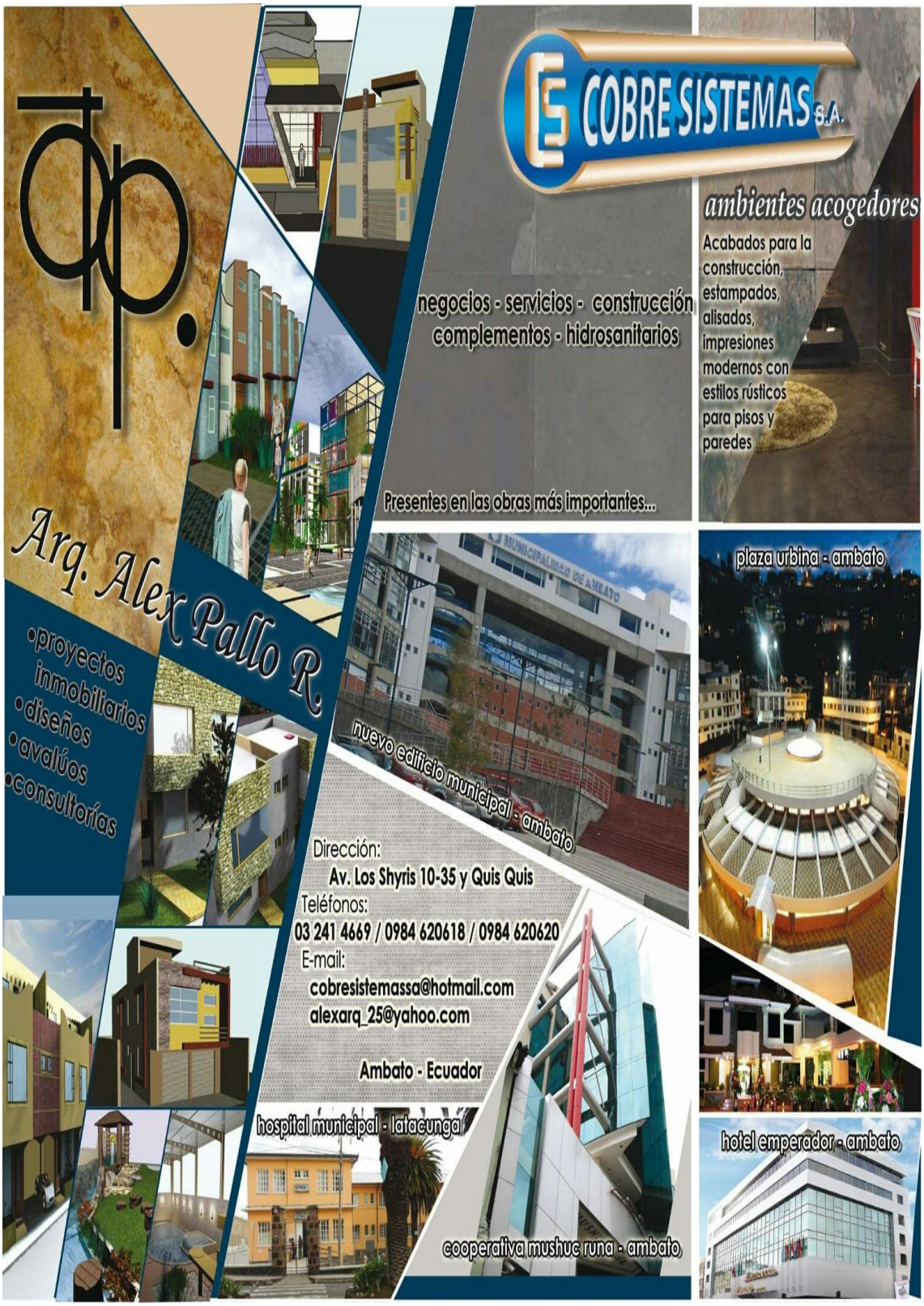
GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

QUE TENGA UN BUEN DIA

ANEXO Nº 4TRÍPTICO

COBRE SISTEMAS S.A.
agua · aire · gas · vapor
Sistema de Presurización Domiciliario MQ
MQ 3-25, MQ 3-35 y MQ 3-45
MQ pasaje para flujo
MQ: diseño revolucionario, construida con materiales resistentes a la corrosión, bombe multietapa, tanque, sensor de presión y caudal incorporados.
Beneficios:
- Fácil instalación.
- No requiere ajustes ni programación.
- Muy silenciosa.
- Caudal máximo 4500 litros hora.
- Altura máxima 46 m.c.a.
- No requiere de tanque.
- Tablero de operación muy sencillo.
- Protección contra marcha en seco.
- Autocebante: aspira de 8 mts.
- Incluye manual de instalación.
Características Técnicas:
- 1 x 220V. – 50 y 60 Hz.
- Consumo 550 y 670 watts.
- Temperatura: de 2 a 35 grados.
- Peso: 13 kg.
- Sensor de presión y flujo incorporado.
- Válvula de retención incorporada.
- Conexiones en 1".
UPA !
Y la presión sube
Beneficios:
- Ideal para aumentar la presión de agua domiciliaria.
- Fácil instalación debajo del tanque o en la entrada del calefón.
- Uso sanitario.
- Caudal máximo: 1800 l/hr.
- Altura máxima: 9 metros.
- Trabajo óptimo: 1000 l/hr. a 5,5 mts.
- Funcionamiento automático.
- Incluye kit de instalación, herramienta y manual.
- Muy silenciosa.
- Precio inigualable !!
Características Técnicas:
- 1 x220V - 50 y 60 Hz.
- Consumo 40 watts.
- Temperatura: de 2 a 60 grados.
- Pesa sólo 2.5 kg.
- Diseño compacto: 160 x 126 x 104 mm.
- Sensor de flujo magnético incorporado.
- Requiere sólo de 0,4 metros de presión de entrada.
- Conexiones rosca gas macho de ½".
BE > THINK > INNOVATE >
GRUNDFOS

ANEXO Nº5 PUBLICIDAD


Arq. Alex Pallo R.
•proyectos inmobiliarios
•diseños
•avalúos
•consultorías
COBRE SISTEMAS S.A.
negocios - servicios - construcción
complementos - hidrosanitarios
Presentes en las obras más importantes...
ambientes acogedores
Acabados para la construcción, estampados, alisados, impresiones modernos con estilos rústicos para pisos y paredes
nuevo edificio municipal - ambato
plaza urbina - ambato
Dirección:
Av. Los Shyris 10-35 y Quis Quis
Teléfonos:
03 241 4669 / 0984 620618 / 0984 620620
E-mail:
cobresistemassa@hotmail.com
alexarq_25@yahoo.com
Ambato - Ecuador
hospital municipal - latacunga
cooperativa mushuc runa - ambato
hotel emperador - ambato