



UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO" DE MANABÍ

TRABAJO DE TITULACIÓN

MODALIDAD ENSAYO O ARTÍCULO ACADÉMICO

TÍTULO:

EL LIDERAZGO Y EL DESARROLLO DE LAS RELACIONES CON LOS STAKEHOLDERS
EN LOS NEGOCIOS DEL CANTÓN CHONE

AUTORES:

MONCAYO MUÑOZ DALESKA YESABELA
ZAMBRANO CEDEÑO ALEXIS MONSERRATE

UNIDAD ACADÉMICA:

EXTENSIÓN CHONE

CARRERA:

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TUTORA:

DRA. KENIA MARILU MENDOZA VEGA

CHONE – MANABÍ – ECUADOR

SEPTIEMBRE DEL 2025

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

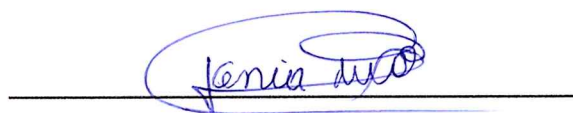
Dra. Kenia Marilú Mendoza Vega, docente de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, Extensión Chone, en calidad de Tutor.

CERTIFICO

Que el presente trabajo de la Unidad de Integración Curricular, modalidad ensayo o artículo académico, con el título: "El liderazgo y el desarrollo de las relaciones con los stakeholders en los negocios del Cantón Chone" ha sido revisado exhaustivamente en varias sesiones de trabajo.

Las opciones y conceptos vertidos en este trabajo de titulación es fruto de la perseverancia y originalidad de sus autoras: Moncayo Muñoz Daleska Yesabela y Zambrano Cedeño Alexis Monserrate, siendo de su exclusiva responsabilidad.

Chone, septiembre 2025



Dra. Kenia Marilú Mendoza Vega

Tutora

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Quienes suscriben la presente: Moncayo Muñoz Daleska Yesabela y Zambrano Cedeño Alexis Monserrate, estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas, declaran bajo juramento que el trabajo de la Unidad de Integración Curricular, modalidad Ensayo o Artículo Académico, con el título: "El liderazgo y el desarrollo de las relaciones con los stakeholders en los negocios del Cantón Chone", previo a la obtención de Título de Grado de Licenciados en Administración de Empresas, es de autoría propia y ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros y consultando las referencias bibliográficas que incluyen en este documento.

Finalmente, los autores están de acuerdo en ceder los derechos de uso del presente a la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, para que forme parte de su patrimonio intelectual e investigación científica.

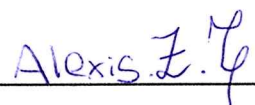
Chone, septiembre 2025



Moncayo Muñoz Daleska Yesabela

CI: 1350967459

AUTORA



Zambrano Cedeño Alexis Monserrate

CI: 1314791847

AUTORA



UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO" DE MANABÍ

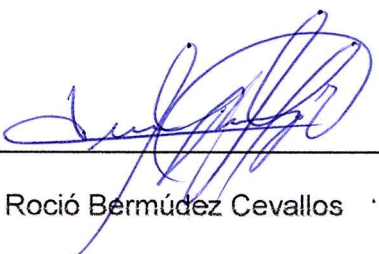
EXTENSION CHONE

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

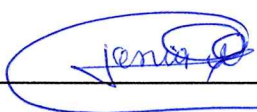
Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el trabajo de la Unidad de Integración Curricular, modalidad ensayo o artículo académico con el título: "El liderazgo y el desarrollo de las relaciones con los stakeholders en los negocios del Cantón Chone", elaborado por las egresadas Moncayo Muñoz Daleska Yesabela y Zambrano Cedeño Alexis Monserrate de la carrera de Administración de Empresas.

Chone, septiembre 2025



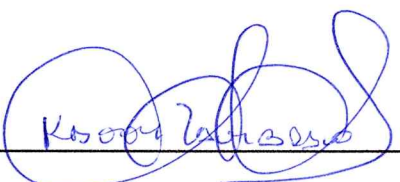
Lic. Roció Bermúdez Cevallos

DECANA

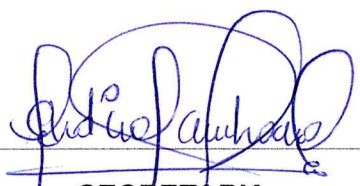


Dra. Kenia Marilú Mendoza Vega

TUTOR



MIEMBRO DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

SECRETARIA

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mis padres, con todo amor y gratitud, que han sido mi pilar, mi guía y mi mayor fuente de inspiración a lo largo de mi vida. Gracias por enseñarme, no solo con palabras sino con el ejemplo, que el trabajo honesto, la perseverancia y la humildad son los valores que construyen los sueños y los convierten en realidad.

A ustedes les debo todo lo que soy, gracias por cada uno de sus sacrificios y por confiar en mi incluso en los que yo misma dude, y por celebrar conmigo cada pequeño logro. Ustedes me enseñaron que no hay meta imposible cuando uno camina con determinación.

Con este trabajo honro todo lo que han hecho por mí y demostrarles que todo su esfuerzo ha valido la pena.

Daleska Yesabela Moncayo Muñoz

Dedicatoria

Dedico este trabajo inicialmente a Dios por darme sabiduría y resiliencia en cada momento, a mi familia por su apoyo incondicional que me brindan constantemente, a los docentes por los conocimientos compartidos, amigos y conocidos que me alentaron para que cumpla con una más de mis metas anheladas.

Con profundo amor a mis padres, de manera especial a mi Mamá y abuelos; pilares fundamentales en mi vida, sus sabios consejos, valores, perseverancia y esfuerzos fueron guía y motivación para mi formación personal y académica.

Este artículo es el reflejo del esfuerzo, dedicación y compromiso con el crecimiento intelectual y profesional que he alcanzado.

Alexis Monserrate Zambrano Cedeño

Reconocimiento

Expresamos con profunda estima y reconocimiento, nuestra más sincera gratitud a la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí en especial a la Extensión Chone y a las carreras de Administración de Empresas, que nos brindaron la oportunidad de formarnos profesionalmente, comprometidos siempre con su calidad y bienestar académico.

Reconocemos la gran gestión del personal administrativo, su cuerpo docente, sus principales funcionarios en mandato y demás colaboradores que conforman este centro educativo de excelencia.

Finalmente es preciso resaltar la paciencia, compromiso y orientación durante todo este proceso de titulación a nuestra apreciada tutora Ing. Kenia Marilú Mendoza Vega, así como también a los lectores, que con su ayuda nos permiten entregar este trabajo digno de estudiantes de esta emblemática institución de educación superior.

Daleska Yesabela Moncayo Muñoz

Alexis Monserrate Zambrano Cedeño

Resumen

En la actualidad, en un entorno caracterizado por ser cada vez más competitivo y en constante transformación, el liderazgo ha dejado de ser solo un proceso índole interno, para convertirse en una herramienta fundamental para la gestión de relaciones con las partes interesadas de una empresa, es por tanto que, en el presente estudio se tiene como objetivo principal determinar la influencia del liderazgo en el desarrollo de las relaciones con los stakeholders (clientes, empleados, proveedores) en los negocios del Cantón Chone, a través de la efectividad en términos de crecimiento y sostenibilidad empresarial.

La metodología aplicada considera un enfoque cuantitativo con un alcance descriptivo del mismo tipo, además de un diseño deductivo y analítico. Utilizando como técnica de recolección de datos a la encuesta, la cual fue dirigida a una muestra de 120 encargados de los negocios de Chone, en referencia a una población de 3.500 locales de dicho Cantón. La información obtenida permitió identificar los principales estilos y enfoques de liderazgos ejercidos, así como también la influencia de estos al momento de establecer vínculos sólidos con las partes interesadas y la repercusión de aquello en el crecimiento de los negocios.

Los resultados permiten evidenciar y concluir que en los negocios en donde su liderazgo tiene un mandato participativo, motivador e inspirador, se fortalecen sus vínculos con los stakeholders y mejora su crecimiento efectivo y sostenible. Al contrario de los casos en los que no existe un liderazgo colaborativo, estos reflejan poca satisfacción de los grupos de interés.

Palabras Claves: Liderazgo, Stakeholders, Crecimiento

Summary

Today, in an increasingly competitive and constantly changing environment, leadership has ceased to be solely an internal process and has become a fundamental tool for managing relationships with a company's stakeholders. Therefore, the main objective of this study is to determine the influence of leadership on the development of relationships with stakeholders (customers, employees, suppliers) in businesses in the Canton of Chone, through effectiveness in terms of business growth and sustainability.

The methodology applied considers a quantitative approach with a descriptive scope of the same type, in addition to a deductive and analytical design. A survey was used as a data collection technique, which was conducted among a sample of 120 business managers in Chone, representing a population of 3,500 businesses in the Canton. The information obtained allowed us to identify the main leadership styles and approaches exercised, as well as their influence on establishing strong relationships with stakeholders and their impact on business growth.

The results demonstrate and conclude that businesses where leadership is participatory, motivating, and inspiring strengthen their relationships with stakeholders and improve their effective and sustainable growth. Unlike cases where collaborative leadership is lacking, these reflect low stakeholder satisfaction.

Keywords: Leadership, Stakeholders, Growth

Índice

1. Introducción	11
2. Base Teórica	14
3. Metodología.....	21
4. Resultados.....	23
5. Discusión	33
6. Conclusiones.....	36
7. Bibliografía.....	37
8. Anexos.....	41

Título: El Liderazgo y el Desarrollo de las Relaciones con los Stakeholders en los Negocios del Cantón Chone.

Kenia Marilú Mendoza Vega, Dra.

Kenia.mendoza@uleam.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-9717-8339>

Docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí – Extensión Chone

Daleska Yesabela Moncayo Muñoz

e1350967459@live.uleam.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0000-6521-6206>

Universidad Laica “Eloy Alfaro de Manabí”-Extensión Chone

Alexis Monserrate Zambrano Cedeño

e1314791847@live.uleam.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0005-2768-8700>

Universidad Laica “Eloy Alfaro de Manabí”-Extensión Chone

1. Introducción

En el entorno empresarial actual existen constantes cambios y cada vez es más competitivo, un líder debe prevalecer una cultura organizacional, que se base en confianza, responsabilidad, comunicación, respeto, entre otros valores. Lo cual no solo mejora el ambiente laboral, sino que también permite el aumento de la producción y satisfacción de los colaboradores.

Dentro de este mismo contexto existen factores determinantes que tienen que ver con el éxito corporativo, haciendo referencia a grupos externos e internos o también llamados Stakeholders (grupos de interés), que aportan en beneficio de sus necesidades, manteniendo

relaciones positivas, ya sean directivos, empleados, propietarios, clientes, proveedores y distribuidores, todos deben de colaborar en conjunto para el buen funcionamiento de la empresa.

El sitio web Internacional Institute for Management Development (2025) plantea que “El liderazgo es la capacidad de influir y guiar a un grupo de personas hacia el logro de objetivo común”

Así como también plantea (ZÁRATE-RUEDA, BELTRÁN-VILLAMIZAR, & GONZÁLEZ-GARCÍA, 2020) “El conocimiento de los grupos de interés es clave en el desarrollo de una empresa, por cuanto garantiza el éxito en una estrategia de desarrollo sostenible, en este sentido, la organización debe incorporar herramientas de diálogo que permitan una acción conjunta entre grupos y funcionarios, a partir de un sistema de gestión que mida el impacto y el rendimiento en la comunicación” (pag.213).

En los negocios del Cantón Chone la falta de estas estrategias efectivas de liderazgo dificulta que se mantengan estos vínculos consistentes con los Stakeholders lo que afecta la confianza y crecimiento empresarial. Por lo cual se presenta la siguiente interrogante: ¿cómo influye la carencia de estrategias de liderazgo en la construcción de vínculos consistentes con los stakeholders y en la sostenibilidad en términos de crecimiento y efectividad en los negocios del Cantón Chone? Además de preguntas secundarias, tales como: ¿Qué formas de liderazgo predominan en los negocios de Chone y cómo se relacionan los Stakeholders en las actividades empresariales?; ¿Cuáles son las principales estrategias de liderazgo utilizadas por los negocios del Cantón Chone y cómo impactan en su crecimiento empresarial?; ¿de qué manera el liderazgo y las estrategias de relaciones con los stakeholders contribuyen a la efectividad, en términos de crecimiento y la sostenibilidad empresarial en los negocios del Cantón Chone?

Por lo anteriormente mencionado, el objetivo de la presente investigación es determinar como el liderazgo impacta en el desarrollo de las relaciones con los Stakeholders en los negocios del Cantón Chone, a través de la efectividad en términos de crecimiento y sostenibilidad empresarial. Y como objetivos específicos se plantean los siguientes; identificar los tipos de liderazgo empresarial y las relaciones con los grupos de interés de los negocios del Cantón Chone; analizar las estrategias de liderazgo para fomentar la efectividad en términos de crecimiento y sostenibilidad empresarial de los negocios del Cantón Chone; estimar el liderazgo con las estrategias de relaciones con los stakeholders que fomenten la efectividad en términos de crecimiento y sostenibilidad empresarial.

En relación con las ideas anteriores, la hipótesis de esta investigación es: El liderazgo influye favorablemente en el desarrollo de las relaciones con los stakeholders en los negocios del Cantón Chone a través de la efectividad en términos de crecimiento y sostenibilidad empresarial.

2. Base Teórica

El Liderazgo

El liderazgo existe desde siempre, es parte de la esencia del ser humano y de su vida comunitaria; sin embargo, el concepto del mismo ha evolucionado con el tiempo adaptándose a las necesidades de las sociedades actuales.

“Un líder en toda regla es capaz de contagiar ilusión a sus colaboradores, de estimularles, de hacerles crecer profesionalmente y, por supuesto, de propiciar un clima favorable y positivo” (Suma, 2020, pág. 3).

Un líder se ha convertido en algo más que solo dirigir, pues, éste también debe motivar e inspirar a su equipo de colaboradores, siendo aquello una clave para el éxito y sostenibilidad empresarial, superando expectativas propias y de su público o usuario.

El tener liderazgo es compartir conocimientos, experiencias, habilidades y en base a ello guiar a un grupo de personas a un objetivo en común, aportando motivación para el trabajo en equipo y el desarrollo potencial de las habilidades de cada miembro.

Tipos de liderazgo

Según la Dirección de Estudios de Posgrado y Educación Continua (s.f.), existen diferentes tipos de líderes en grupos y empresas, con diversas funciones y características; se puede clasificar en: autocrático, democrático, liberal, burocrático, carismático, natural, orientada a las tareas, orientada a las relaciones, transaccional, transformacional.

Liderazgo autocrático o autoritario

“Este líder toma decisiones basándose únicamente en su juicio y perspectivas, generalmente sin considerar las opiniones ni sugerencias de los demás. Estos líderes imponen una obediencia estricta y esperan que sus directivas se ejecuten sin disenso” (AIHR, 2024).

Liderazgo democrático o participativo

Según Edenred (2020) este liderazgo permite la participación de todos los miembros del equipo implicados en un proyecto o negocio, lo cual se muestra a partir de la propuesta de ideas y opiniones, que son deliberadas en un conjunto a pesar de que exista una autoridad concreta que sea el referente del liderazgo dentro del equipo, todos pueden opinar y ser tomados en cuenta.

Liderazgo liberal o laissez-faire

“Se trata de un método de liderazgo enfocado en permitir que los miembros del equipo de trabajo puedan tomar iniciativas y decisiones sin la necesidad de acudir a la autoridad de su líder o jefe” (Personio, 2023).

Liderazgo burocrático

“Se encarga de dirigir a sus empleados hacia la consecución de una serie de tareas y objetivos, previamente marcados, siguiendo de manera estricta unas normas concretas alineadas con la política de la empresa o institución de la que forman parte” (Arrimada, 2022).

Liderazgo carismático

“Es aquel en el que el líder es capaz de motivar e inspirar a sus seguidores para que estos den lo mejor de sí mismos y aumenten su compromiso y lealtad” (ESERP, 2024).

Liderazgo natural

“Es una forma de influencia que surge de manera auténtica y espontánea en quienes poseen una capacidad innata para guiar, motivar y apoyar a los demás, sin necesidad de imponer autoridad formal” (Villar, 2022).

Liderazgo orientado a las personas o las relaciones

“Tiene la misión de desarrollar relaciones valiosas con sus empleados, las cuales potencian los equipos y fomentan un entorno de trabajo más productivo” (Montoya, 2022).

Liderazgo orientado a la tarea

“Los líderes orientados a la tarea tienden a ser directivos y detallistas, priorizando la estructura y el control sobre la flexibilidad” (Manzanilla, 2025).

Liderazgo transaccional

“Es un estilo gerencial que promueve el cumplimiento y el logro de metas a través de la supervisión, la organización, y un sistema de recompensas y castigos” (LHH, 2023).

Liderazgo transformacional

“Es un estilo de liderazgo que busca promover un cambio positivo y profundo en los equipos y las organizaciones” (Universidades, 2024).

Cada uno de estos liderazgos tiene un campo amplio y un contexto de desarrollo, un líder puede sentirse identificado con cualquiera de estos estilos, ubicándose en la situación en la que se encuentra su negocio o empresa y de esta manera lograr eficiente y eficazmente el objetivo planeado.

Así como también se puede adoptar diferentes enfoques si así se lo cree conveniente para el bien y sostenibilidad eficaz de su negocio o empresa.

Estrategias de liderazgo

De acuerdo con Pasmore (2017), como se citó en Hernández Espíndola et al. (2023) “Una estrategia de liderazgo prevé de manera explícita cuantos líderes se necesitan y de qué tipo, su ubicación, sus capacidades y su modo de comportarse de manera individual y colectiva para lograr el éxito total que se pretende alcanzar”

También menciona Hernández Espíndola et al. (2023) que las estrategias de liderazgo son un conjunto de acciones dentro de una organización, con el objetivo de que la empresa alcance el éxito, estas acciones ayudan a que el líder sea mejor en lo que hace y logre trabajar

en conjunto con sus colaboradores compartiendo de manera efectiva sus ideales, además de brindarle su apoyo y motivación diaria.

Algunas de estas estrategias pueden conllevar a la capacitación y desarrollo del personal, fomentar la innovación, mejorar la comunicación interna, establecer metas claras y medibles, motivación constante, entre otros.

Sin embargo, al momento de la implementación de aquellas se debe tener en cuenta que surgen múltiples riesgos o barreras que pueden interferir con el cumplimiento de las mismas, uno de los principales más mencionados en varios estudios, es la resistencia al cambio de los colaboradores o demás miembros que intervienen en el negocio o empresa, así como también una comunicación ineficiente lo cual se puede observar reflejada en desmotivación y esto conlleva a que se retroceda el proceso.

Así como también se aplican estrategias que ayudan a fortalecer la sostenibilidad empresarial, en términos de crecimiento y efectividad; lo que permite al negocio permanecer en el mercado, pero para llegar a esto se deben analizar qué medidas tomar y como llevarlas a cabo.

Relaciones con los Stakeholders

“Stakeholder es un término compuesto por dos palabras en inglés: «stake», que significa apuesta, y «holder», que haría referencia a aquellas personas que han apostado a favor de una organización” (Rodrigues, 2022).

Es por esto que, al mencionado significado de la palabra en inglés, también se conoce a los stakeholders como grupos de interés en una empresa u organización, que son los que puede afectar o verse afectados por las decisiones tomadas en dicha empresa.

Tipos de Stakeholders

Stakeholders internos

“Personas cuyo interés en una organización proviene de una relación directa. Por ejemplo, el empleo, la inversión o la propiedad” (Bello, 2021).

Stakeholders externos

“Son aquellos que tiene interés en el éxito de un negocio, pero no tiene una afiliación directa con los proyectos de una organización, un proveedor es un ejemplo de un stakeholder externo” (Minning, 2024).

Stakeholders primarios

“Los stakeholders primarios son los actores empresariales que tienen alguna relación económica con el negocio, por este motivo, son entes indispensables para el sostenimiento de la empresa” (Paez, 2021).

Stakeholders secundarios

“Estas partes interesadas no participan en las operaciones diarias de una empresa, pero si tienen un interés significativo en sus resultados. Entre ellas se incluyen las comunidades locales, las agencias gubernamentales, los sindicatos y los grupos de interés” (Moret, 2024).

Stakeholders directos

“Las partes interesadas directas están involucradas en las actividades diarias de un proyecto. Los empleados pueden considerarse partes interesadas directas, ya que sus tareas diarias giran en torno a proyectos en una empresa” (Lira, 2021).

Stakeholders indirectos

“Son aquellos interesados solo en el resultado final, ya que no colaboran con los proyectos a lo largo de los mismos” (Navarro, 2024).

Por lo tanto, es de suma importancia tener en cuenta que todos los stakeholders están vinculados entre sí y que pueden variar sus intereses dependiendo de la estrategia que tenga cada empresa; además, la comunicación efectiva con todos los grupos de stakeholders ayudara a evitar malos entendidos y asegurar una colaboración duradera a largo plazo.

Importancia de los stakeholders

Según Casas et al. (2022) Una perspectiva común del error empresarial, a la que se enfrenta cualquier empresa, es tener que lidiar con varios stakeholders; todos los grupos de interés subyacentes tienen diferencias en los intereses que pueden llegar a difuminarse o a entrar en conflicto; como resultado, el error empresarial más importante es menospreciar la interacción de cualquier grupo de interés porque solo hay un camino correcto: tratar de involucrar a todos los referidos.

Por lo tanto, es eficaz llevar a una buena gestión con los stakeholders así estas relaciones pueden tener un impacto positivo en la reputación, las capacidades de innovación, la tolerancia al riesgo y la sostenibilidad a largo plazo de una empresa.

La clave está en incluir a todos los grupos, en cada una de las actividades que se realizan en la empresa, si se logra esto habrá enormes beneficios tanto para la organización como para sus grupos de interés.

¿Cómo obtener una buena relación con los stakeholders?

Gestionar las relaciones con los grupos de interés no es una tarea fácil ya que requiere de ciertas estrategias de comunicación para construir alianzas y acuerdos sólidos con ellos.

Ser transparente

“Los stakeholders siempre estarán interesados en la adopción de políticas transparentes, que garanticen que el progreso de la empresa y sea visible para todos los grupos de interés, es clave para ganarse su confianza y establecer conexiones sólidas” (Conexión ESAN, 2024).

Diálogo temprano y constante

“Fomentar un diálogo abierto, transparente y unido a la estrategia y la gestión de la organización se ha convertido en tarea obligatoria. Un diálogo auténtico que además aspire a crear un vínculo o una relación con los stakeholders” (Carreras, 2020).

Es por esto que, la gestión de las relaciones con los stakeholders requiere de habilidades de comunicación, empatía y transparencia, todas las acciones realizadas en la organización deber ser expuestas ante todos los grupos interesados para que así todos estén alineados y se pueda alcanzar los objetivos deseados, es por esto que la gestión de estos grupos es importante no solo para el éxito de una empresa sino también para la imagen de la organización y la sostenibilidad de la misma. Ejecutar estas estrategias puede ser la clave entre el éxito absoluto.

3. Metodología

En la presente investigación de campo se aplicó un enfoque cuantitativo en el cual “los procesos se organizan de manera secuencial, rigurosa, de tal manera que se pueda llevar a la comprobación de la hipótesis” (Samaniego, 2022), es decir, este trabajo investigativo se basa en la recolección y análisis de datos numéricos, para lo cual se emplea como instrumento y técnica a la encuesta.

Dentro de este orden de ideas su alcance es descriptivo de tipo cuantitativo en el cuál “se busca realizar estudios de tipo fenomenológicos o narrativos constructivistas, que busquen describir las representaciones subjetivas que emergen en un grupo humano sobre un determinado fenómeno” (Galarza, 2020); el mismo busca observar, identificar y describir una situación tal y como esta ocurre.

Así mismo se hace uso del diseño deductivo y analítico, el de deducción, “es un proceso lógico en el que se parte de una premisa general y se aplica la lógica para llegar a una conclusión específica” (Experto Universitario, 2024), este método permite la elaboración de teorías a partir de las cuales se pueden deducir eventos a pasar en una situación en particular; mientras que, el analítico “consiste en la aplicación de la experiencia directa a la obtención de pruebas para verificar o validar un razonamiento” (Concepto, 2023), este nos facilita el análisis de las diferentes variables.

Según (Toledo) “la población de una investigación está compuesta por todos los elementos (personas, objetos, organismos, etc) que participan del fenómeno que fue definido y delimitado en el análisis del problema de investigación”

Este trabajo se desarrolla utilizando un muestreo no probabilístico por conveniencia, donde la selección de la muestra se realiza según la conveniencia de los investigadores; este enfoque permite determinar de forma aleatoria la cantidad de participantes involucrados en el estudio, según información extraída del catastro del Gobierno Autónomo Descentralizado

(GAD) del Cantón Chone, en el año 2024 se registra un aproximado de 3.500 locales en dicho Cantón. De lo cual se ha decidió tomar una muestra de 120 negocios.

En este trabajo investigativo se emplea como técnica de recolección de datos la encuesta que “consiste en un conjunto prediseñado de preguntas normalizadas, dirigidas a una muestra socialmente representativa de individuos, con el fin de conocer sus opciones o visiones respecto de alguna problemática o asunto que les afecta” (Enciclopedia Concepto, 2021).

Finalmente, el instrumento estadístico de medición que se aplica, es la estadística descriptiva, que es la “encargada de representar, analizar y resumir la información contenida en la muestra” (Alberca, 2020), con éste instrumento se miden las tendencias de las respuestas y se pueden presentar los resultados de manera porcentual, mediante promedios, frecuencias, tablas o gráficos como barras, pastel, columnas; éste tipo de instrumento se recomienda utilizar en estudios con alcance descriptivo, como lo es la presente investigación.

Por tanto y en relación a la idea anterior, los resultados obtenidos se almacenaron en una base de datos creada al efecto, utilizando Microsoft Excel para posteriormente aplicar la estadística descriptiva, los hallazgos de la investigación se representaron en tablas con frecuencia y porcentaje para su mejor análisis y comprensión.

4. Resultados

Con el objetivo de determinar cómo el liderazgo impacta en el desarrollo de las relaciones con, los stakeholders en los negocios den Cantón Chone, a través de la efectividad en términos de crecimiento y sostenibilidad empresarial, se recolectó información mediante encuesta, obteniendo los resultados que se resumen en las siguientes tablas, con las respectivas preguntas:

Pregunta 1: ¿Cuál de los siguientes estilos de liderazgo describe mejor la gestión en su negocio?

Tabla1. Estilo de liderazgo percibido en la gestión del negocio (OE1)

Estilo de liderazgo	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
Autocrático	25	21%
Democrático	25	21%
Transformacional	60	50%
Laissez faire	10	8%
Otro (especificar)	0	0%
Total	120	100%

Fuente: Encargados de los negocios del Cantón Chone.

Elaborado por: Yesabela Moncayo y Alexis Zambrano.

Los resultados de esta pregunta evidencian que el 50% de los negocios del Cantón Chone se identifican con un estilo de liderazgo transformacional, lo cual refleja que los líderes de estos negocios motivan, inspiran y promueven el cambio positivo y constante dentro de sus equipos. Además, un 21% de los encuestados se inclinan de manera igualitaria con los estilos autocrático y democrático, lo que sugiere que los líderes aún optan por estilos más centralizados, solo un 8% opta por un estilo laissez-faire representado por un grupo minoritario que opta por otorgar mayor autonomía a su equipo de trabajo, aunque este estilo implica algunos riesgos si no se lleva una buena dirección.

Estos datos permiten observar que en los negocios del Cantón Chone conviven estilos tradicionales y modernos, existiendo un equilibrio entre enfoques autocrático y democrático, esto sugiere que avanzan hacia prácticas más participativas y alineadas al desarrollo de los stakeholders.

Pregunta 2: ¿Cómo se describiría el enfoque de liderazgo que prevalece en su negocio?

Tabla 2. Enfoque de liderazgo predominante en el negocio (OE1)

Enfoque de liderazgo	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
Se concentra en la toma de decisiones individuales	25	21%
Participación del equipo en la toma de decisiones	24	20%
Motiva e inspira para lograr metas comunes	61	51%
Da libertad total al equipo para gestionar su trabajo	10	8%
Otro (especificar)	0	0%
Total	120	100%

Fuente: Encargados de los negocios del Cantón Chone.

Elaborado por: Yesabela Moncayo y Alexis Zambrano.

Los resultados de esta tabla reflejan que el 51% de los líderes de los negocios del Cantón Chone identifican al enfoque de liderazgo que motiva e inspira a su equipo para lograr metas comunes, lo que confirma la presencia del estilo transformacional. No obstante, se observa que existe un porcentaje casi igualitario entre toma de decisiones de forma individual con un 21% y la participación del equipo con un 20%, lo que revela que en los negocios del Cantón Chone dependiendo del tipo de negocio o cultura organizacional coexisten practicas centralizadas y participativas. Y tan solo el 8% dijo que le otorga a su equipo de trabajo total libertad.

Estos datos sugieren que los negocios del Cantón Chone se encuentran en transición a modelos más colaborativos e inspiradores, aunque todavía existen enfoques más jerárquicos en una gran parte de los negocios.

Pregunta 3: ¿Con qué frecuencia se involucra su negocio en la toma de decisiones con sus principales stakeholders (clientes, proveedores, empleados)?

Tabla 3. Frecuencia de participación en decisiones con stakeholders (OE1)

Frecuencia de participación de los Stakeholders	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
Nunca	5	4%
Raramente	12	10%
A veces	25	21%
Frecuentemente	58	48%
Siempre	20	17%
Total	120	100%

Fuente: Encargados de los negocios del Cantón Chone.

Elaborado por: Yesabela Moncayo y Alexis Zambrano.

Esta pregunta evidencia que el 48% de los negocios del Cantón Chone frecuentemente involucran a los grupos de interés, mientras que el 17% siempre lo hace, lo cual indica que más de la mitad de estos negocios mantienen una relación activa y participativa con los stakeholders. Sin embargo, el 21% los involucra ocasionalmente y con un porcentaje reducido, del 10% y 4% lo hacen raramente o nunca.

Estos resultados reflejan que, aunque la mayoría de los negocios del Cantón Chone reconoce la importancia de involucrar a los stakeholders de manera activa en la toma de decisiones, aún persiste la necesidad de fortalecer la inclusión y el diálogo con estos actores claves para el éxito empresarial. Este panorama sugiere una tendencia positiva en la participación de los grupos de interés, lo cual es fundamental para construir relaciones de confianza y promover decisiones empresariales sostenibles-

Pregunta 4: ¿Qué tan importante es la relación con los stakeholders (clientes, proveedores, empleados) en el éxito de su negocio?

Tabla 4. Importancia de la relación con stakeholders en el éxito del negocio (OE1)

Importancia de la relación con los Stakeholders	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
Nada importante	0	0%
Poco importante	10	8%
Neutral	20	17%
Importante	30	25%
Muy importante	60	50%
Total	120	100%

Fuente: Encargados de los negocios del Cantón Chone.

Elaborado por: Yesabela Moncayo y Alexis Zambrano.

Los resultados de esta pregunta muestran que el 50% de los líderes de los negocios del Cantón Chone considera que mantener una buena relación con los Stakeholders es muy importante para lograr el éxito, un 25% lo considera importante. Esto indica que una gran parte de estos negocios reconoce que la relación que se tiene con los Stakeholders incide directamente con el logro de los objetivos planteados.

Por otro lado, solo 8% lo considera como poco importante, lo que podría reflejar que aún se mantienen con modelos más tradicionales, el 17% se mantiene neutral lo que refleja estos resultados es una tendencia positiva hacia el reconocimiento del valor que tienen los grupos de interés, aunque aún se identifica en un pequeño porcentaje la necesidad de seguir fortaleciendo la conciencia empresarial. Esta tendencia, aunque no sea absoluta, recalca la necesidad continua de seguir promoviendo la valoración hacia los stakeholders, para así favorecer al diálogo, la colaboración y la construcción de valor compartido entre la empresa y sus grupos de interés

Pregunta 5: ¿Cuáles de las siguientes estrategias de liderazgo ha implementado en su negocio para fomentar el crecimiento?

Tabla 5. Estrategias de liderazgo implementadas para fomentar el crecimiento en los negocios (OE2)

Estrategias de liderazgo	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
Capacitación y desarrollo del personal	30	25%
Fomento de la innovación	10	8%
Mejora de la comunicación interna	61	51%
Establecimiento de metas claras y medibles	19	16%
Otro (especificar)	0	0%
Total	120	100%

Fuente: Encargados de los negocios del Cantón Chone.

Elaborado por: Yesabela Moncayo y Alexis Zambrano.

Los resultados evidencian que en los negocios del Cantón Chone la comunicación interna es la estrategia de liderazgo más implementada en los negocios del Cantón Chone con un 51%, lo que pone en manifiesto una clara prioridad hacia una gestión basada en la transparencia y el dialogo, luego le sigue con un 25% la capacitación y el desarrollo del personal, lo cual es algo positivo, ya que indica que una parte significativa de los negocios invierte en el talento humano.

Por otro lado, el fomento de la innovación alcanza apenas un 8%, lo que sugiere una debilidad de estrategias creativas, y con un 16% el establecimiento de metas claras y medibles, en conjunto estos resultados reflejan que, aunque existe un fortalecimiento de la comunicación y parte del desarrollo humano, aún deben de existir mejoras en la innovación.

Pregunta 6: ¿Con qué frecuencia su negocio adapta las estrategias de liderazgo para mejorar la sostenibilidad en el mercado?

Tabla 6. Frecuencia en la que adapta estrategias de liderazgo para mejorar la sostenibilidad en el mercado (OE2)

Frecuencia de adaptación de estrategias para la sostenibilidad en el mercado	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
Nunca	0	0%
Raramente	54	45%
A veces	33	28%
Frecuentemente	13	11%
Siempre	20	17%
Total	120	100%

Fuente: Encargados de los negocios del Cantón Chone.

Elaborado por: Yesabela Moncayo y Alexis Zambrano.

El 45% de los encargados de los negocios del Cantón Chone manifiestan que Raramente adaptan estrategias de liderazgo para mejorar la sostenibilidad del negocio en el mercado, mientras que un 28% aseguró que A veces lo implementan, lo que refleja confiabilidad en sus procesos constantes, acción que puede deberse a la resistencia al cambio, la falta de participación de sus stakeholders, carencia de innovación, etc.

Satisfactoriamente para las autoras, un 11% manifiesta que Frecuentemente lo realizan y un 17% sostiene que Siempre lo aplican en su negocio, reafirmando así su compromiso para mantenerse activos y constantemente adaptándose a las exigencias del entorno empresarial.

Resultados que demuestran que a pesar de que solo ciertos negocios aplican estas medidas, hay casos en los que solo se debe potenciar aquello manifestado, para así obtener mayores resultados positivos.

Pregunta 7: ¿Qué tan importante considera que es el liderazgo en la capacidad de su negocio para crecer de manera sostenible?

Tabla 7. Importancia del liderazgo en la capacidad el negocio para un crecimiento de manera sostenible (OE2)

Importancia del liderazgo para un crecimiento sostenible	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
Nada Importante	0	0%
Poco Importante	9	8%
Neutral	20	17%
Importante	31	26%
Muy Importante	60	50%
Total	120	100%

Fuente: Encargados de los negocios del Cantón Chone.

Elaborado por: Yesabela Moncayo y Alexis Zambrano.

Para el 50% de los encuestados es Muy Importante el liderazgo para la obtención de un crecimiento de manera sostenible, resultado que muestra una gran valoración de la manera en la que se lidera un negocio con el fin de llegar a un crecimiento sostenible dentro del entorno empresarial, seguido de un 26% que lo consideran Importante, es decir, que se estima al liderazgo como un pilar para la eficiente gestión del negocio.

Mientras que un 17% declara que es algo neutral, lo que indica que quizá no han tenido una buena experiencia dentro del tema o no tienen una posición u opinión clara al respecto. Finalmente, con un porcentaje de 8% se expresa que para esta minoría es poco importante tener un liderazgo que aporte al crecimiento sostenible del negocio, posiblemente esto se

pueda relacionar al proceso ineficiente de toma de decisiones, la falta de motivación, que aún no han llegado a la correcta aplicación de un liderazgo efectivo etc.

Pregunta 8: ¿Qué tan satisfechos están los stakeholders (clientes, empleados, proveedores) con la gestión de relaciones establecida por su negocio?

Tabla 8. Satisfacción de los stakeholders con la gestión de relaciones establecidas por el negocio (OE3)

Satisfacción de los stakeholders	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
Nada Satisfecho	0	0%
Poco Satisfecho	9	8%
Neutral	20	17%
Satisfecho	34	28%
Muy Satisfecho	57	48%
Total	120	100%

Fuente: Encargados de los negocios del Cantón Chone.

Elaborado por: Yesabela Moncayo y Alexis Zambrano.

Los encargados de los negocios del Cantón Chone manifiestan que los stakeholders (clientes, empleados, proveedores) en su mayoría se encuentran Muy Satisfechos y Satisfechos con la gestión de relaciones que realizan para aumentar el nivel de vínculos sólidos entre ambas partes, generando confianza y un entorno más saludable y colaborativo, logrando de esta manera un crecimiento efectivo y sostenible.

Un 17% representan a los que mantienen una posición Neutral, mientras que en la minoría con porcentaje de 8% Poco Satisfechos ante la gestión de relaciones, lo que puede deberse a que quizás no hayan tenido una buena perspectiva de la comunicación y relación establecida.

Pregunta 9: ¿Considera usted que las relaciones con los stakeholders (clientes, empleados, proveedores) es importante para alcanzar los objetivos de crecimiento sostenible en su negocio?

Tabla 9. Importancia de las relaciones con los stakeholders para alcanzar un crecimiento sostenible (OE3)

Importancia de las relaciones con los stakeholders	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
Nada Importante	0	0%
Poco Importante	9	8%
Neutral	31	26%
Importante	50	42%
Muy Importante	30	25%
Total	120	100%

Fuente: Encargados de los negocios del Cantón Chone.

Elaborado por: Yesabela Moncayo y Alexis Zambrano.

En un porcentaje positivo de 42% seguido de un nivel de 25% para los encuestados resulta Importante y Muy Importante mantener una buena relación con los stakeholders (clientes, empleados, proveedores) para lograr cumplir el objetivo de tener un crecimiento sostenible en su negocio, no solo en el ámbito económico sino también en durabilidad en el mercado.

Un 26% mantiene un juicio Neutral con respecto a las relaciones con los stakeholders, pues no es de mucha relevancia para ellos, mientras que solo un 8% lo consideran poco importante, encuestados los cuales podría estar inconsciente de los beneficios que conlleva una relación efectiva con los grupos de interés.

Los resultados obtenidos reflejan una apreciación optimista, mayoritaria, sobre el valor que tiene mantener una relación saludable con los stakeholders para el bien del negocio, en referencia al cumplimiento del objetivo de crecimiento efectivo y sostenible.

Pregunta 10: ¿Considera usted que el liderazgo influye favorablemente en el desarrollo de las relaciones con los stakeholders en su negocio?

Tabla 10. Influencia del liderazgo en el desarrollo de las relaciones con los stakeholders en los negocios (OE3)

Influencia del liderazgo	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En Desacuerdo	8	7%
Ni de acuerdo Ni desacuerdo	21	18%
De Acuerdo	14	12%
Totalmente de Acuerdo	77	64%
Total	120	100%

Fuente: Encargados de los negocios del Cantón Chone.

Elaborado por: Yesabela Moncayo y Alexis Zambrano.

En su mayoría los encargados encuestados están Totalmente de Acuerdo (64%) con respecto a que el liderazgo influye favorablemente en el desarrollo de las relaciones con los stakeholders (clientes, empleados, proveedores), lo que indica a las autoras que al tener resultados positivos se puede aumentar la efectividad en términos de crecimiento y sostenibilidad empresarial en los negocios del Cantón Chone con el trabajo en equipo de ambos factores.

En un 12% De Acuerdo y 18% se encuentran Ni Acuerdo ni en Desacuerdo, pues no tienen una opinión clara al respecto, en su minoría se encuentra en un 7% que están en Desacuerdo, estos resultados pueden deberse a una mala experiencia en el liderazgo implementado causando una carencia de efectividad dentro del negocio.

5. Discusión

El liderazgo “se trata de la capacidad de generar un comportamiento extraordinario en personas comunes, lo que permite ganar colaboradores que desean seguir a un líder para compartir su visión” (Rojas, 2023).

Dentro de este mismo contexto, se menciona que los stakeholders o también conocidos como partes interesadas se refieren a “cualquier persona o grupo que tiene un interés o influencia en una empresa y puede verse afectado por sus decisiones y resultados. Pueden ser internos, como empleados y accionistas, o externos como clientes, proveedores y comunidades locales” (HubSpot, 2023).

Por tanto, y relacionando las ideas anteriores, tener un buen estilo y enfoque de liderazgo permite a la organización tener una buena gestión de recursos y a su vez esto favorece a su relación con los llamados grupos de interés, sin embargo, si no existe un líder efectivo a su vez afectará a los stakeholders y al vínculo entre ambos, así como también al crecimiento sostenible de los negocios del Cantón Chone.

Rojas (2023) reflexiona que, un líder que se preocupa por las necesidades y aspiraciones de su equipo y que establece conexiones auténticas es más propenso a influir de manera efectiva. Según lo evidenciado en los resultados de la investigación el 71% de los encargados de los negocios del Cantón Chone, mayoritariamente aseguran establecer un liderazgo transformacional y democrático, representando así que son líderes que motivan, inspiran y guían a su grupo de trabajo, para lograr sus objetivos de manera efectiva y eficaz, distinto del 29% restante quienes practican un estilo autocrático y laissez-faire, lo que evidencia la carencia de estrategias efectivas para gestionar adecuadamente la participación y relación con sus colaboradores, ya que en estos se refleja un enfoque con escaso trabajo en equipo.

De este modo “la gestión de las partes interesadas en el liderazgo es vital para garantizar una comprensión detallada y compartida de los objetivos organizacionales y de las metas del proyecto” (Jonasen, 2023). En los negocios del Cantón Chone un 65% de los encargados

participantes de este estudio, sostienen que siempre y frecuentemente involucran la toma de decisiones a sus principales stakeholders, a su vez 21% de los mismos lo trata de implementar a veces y en su minoría un 14% da a conocer que raramente o nunca aplican esta medida. Resultados que de acuerdo a lo mencionado por el autor Jonassen, quienes afirman incluir a sus grupos de interés tiene más probabilidades de alcanzar un éxito sostenible y un vínculo sólido entre ellos, pues existe una buena comprensión y comunicación de sus propósitos a cumplir, al contrario de quienes no trabajan de manera integrada.

En el análisis procedente solo un 28% de la muestra consultada indicó que siempre y frecuentemente adaptan estrategias de liderazgo para mejorar su sostenibilidad en el mercado, a diferencia de un porcentaje mayoritario de un total referido al 73% quienes declaran que solo a veces y raramente adecuan procedimientos de mando para mantener un crecimiento efectivo y sostenible dentro del nicho. Lo que evidencia la falta de estos planes efectivos de liderazgo que afectan directamente al negocio en referencia de su auge y así como a las relaciones del líder con las partes interesadas, todo esto disminuye la confianza en el negocio como tal.

Por otra parte, se observó que los encargados de los negocios del Cantón Chone en el 76% de los casos se encuentran muy satisfechos y satisfechos con la gestión de relaciones que realizan los líderes para aumentar el nivel de vínculos sólidos entre ambas partes, No obstante 25% de los encuestados representan una posición neutral y un sentimiento de poca satisfacción referente al vínculo establecido entre ellos y la persona en mandato. Lo cual hace notar que en gran parte de los negocios que se han construido lazos sólidos con los stakeholders benefician al negocio obteniendo una reputación buena, retención del talento humano y preferencias y fidelización de clientes; pero de la misma manera en los casos que no ha prevalecido un vínculo positivo se refleja una mala gestión de relaciones.

En cuanto a la influencia del liderazgo en el desarrollo favorable de las relaciones con los stakeholders en los negocios un 76% reitera estar totalmente de acuerdo y de acuerdo con respecto a dicha idea, y solo un 25% mantiene una opinión neutral y en desacuerdo a aquello.

La percepción mayoritaria indica una alta valoración del impacto que tiene un buen líder en cuanto a el establecimiento positivo de vínculos con sus partes interesadas, lo cual a su vez evidencia que el entorno empresarial es más consciente de que su crecimiento sostenible no solo depende del factor económico sino también de la gestión de relaciones con sus clientes, proveedores y colaboradores. Y en cuanto a la minoría que no tiene un criterio definido o que se muestra en desacuerdo se argumenta que puede deberse a las malas experiencias dentro del sistema de liderazgo del negocio que causaría una falta de efectividad en su auge.

Siendo así que, en los presentes resultados, se demuestra que el liderazgo influye favorablemente en el desarrollo de las relaciones con los stakeholders en los negocios del Cantón Chone a través de la efectividad en términos de crecimiento y sostenibilidad empresarial, sin embargo, se pone en evidencia que a pesar de que actualmente los líderes de los negocios optan por estilos y enfoque que conlleven a el trabajo en equipo, la motivación e inspiración, aún se reflejan casos en los que se prefiere que se lleve a cabo un liderazgo autocrático o liberal (*laissez-faire*) en los cuales se guían por un modelo de actividades individuales o autónomas, ya sea por parte del mandatario en cuestión o de los colaboradores.

Finalmente, se hace visible que en los escenarios que adaptan estrategias efectivas ligadas a un liderazgo más colaborativo se tiende a obtener una mayor satisfacción de los stakeholders en referencia a la gestión de las relaciones dando como resultado un mayor desempeño en términos de crecimiento sostenible en los negocios del Cantón Chone.

Así como también los resultados obtenidos demuestran que existe una ausencia parcial de dichas estrategias efectivas de liderazgo, lo cual válida el problema planteado inicialmente en este trabajo de índole investigativo.

6. Conclusiones

El liderazgo aplicado en los negocios del Cantón Chone, refleja una evolución notable hacia modelos más integradores, orientados al desarrollo humano al estar enfocados en la motivación, la participación y el trabajo en equipo. Es por tanto que se observa un ambiente laboral más colaborativo, y vínculos más sólidos con empleados, proveedores, clientes y de la comunidad en general, mismo que aporta positivamente al negocio y a su crecimiento sostenible.

En relación a lo planteado, los negocios que involucran cada vez más a los stakeholders en sus procesos de toma de decisiones y aplican mayormente estrategias efectivas de liderazgo para mantenerse en el mercado, muestran resultados más determinantes en su entorno empresarial, al contrario de los casos en los que aún se puede observar limitaciones en cuanto a un trabajo más integrativo y la resistencia a la adaptación de estrategias que dificultan la efectividad empresarial del negocio.

En definitiva, el nivel de satisfacción de los grupos de interés se ve reflejado según la forma en que los líderes ejecutan los vínculos y promueven una cultura organizacional participativa y transparente, lo que corrobora que el liderazgo no debe limitarse a la gestión interna, sino también estar proyectado a la constante mejora de la gestión externa del negocio. Obteniendo así la influencia favorable de estos temas en referencia al crecimiento efectivo y sostenible de los negocios del Cantón Chone.

7. Bibliografía

AIHR. (10 de abril de 2024). *What is authoritative leadership? Definition & examples*. Obtenido de Academy to Innovate HR: <https://www.aihr.com/hr-glossary/authoritative-leadership/>

Alberca, A. S. (15 de septiembre de 2020). *Estadística descriptiva*. Recuperado el 5 de mayo de 2025, de Aprende con Alf: <https://aprendeconalf.es/docencia/estadistica/manual/estadistica-descriptiva/#transformaciones-de-variables>

Arrimada, M. (4 de marzo de 2022). *Liderazgo burocrático: qué es, características, y ventajas y desventajas*. Obtenido de Psicología y Mente: <https://psicologiaymente.com/organizaciones/liderazgo-burocratico>

Belleza Yactayo, V., & Dios Mendoza, O. (2022). La teoría de los stakeholders y la creación de valor. *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas*.

Bello, E. (12 de Noviembre de 2021). *IEBS*. Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/stakeholders-quienes-son-digital-business/>

Carreras, I. (2020). *corporateexcellence*. Obtenido de <https://www.corporateexcellence.org/recurso/dialogar-con-los-grupos-de-interes-es-clave-para/32de6c89-721a-bf00-227f-9c964dca791d>

Concepto, E. (11 de diciembre de 2023). *Método analítico - Qué es, características y ejemplos*. (E. Etecé, Editor) Obtenido de Concepto.de: <https://concepto.de/metodo-analitico/>

Conexión ESAN. (8 de Octubre de 2024). *Conexión ESAN*. Obtenido de [https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/gestion-de-relaciones-con-stakeholders-cuai-es-su-importancia#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20de%20relaciones%20con,de%20comunicaci%C3%B3n%2C%20entre%20otros\).](https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/gestion-de-relaciones-con-stakeholders-cuai-es-su-importancia#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20de%20relaciones%20con,de%20comunicaci%C3%B3n%2C%20entre%20otros).)

Continua, D. d. (s.f.). *Tipos de liderazgo y sus características: ¿cómo aplicarlos?* .

Recuperado el 02 de mayo de 2025, de Universidad Nacional de Ingeniería:

[https://posgrado.uni.edu.ni/blog/calidad/tipos-de-liderazgo-y-sus-caracteristicas-](https://posgrado.uni.edu.ni/blog/calidad/tipos-de-liderazgo-y-sus-caracteristicas-como-aplicarlos/)

[como-aplicarlos/](https://posgrado.uni.edu.ni/blog/calidad/tipos-de-liderazgo-y-sus-caracteristicas-como-aplicarlos/)

Development, I. I. (abril de 2025). *IDM*. Obtenido de idm.org:

<https://www.imd.org/blog/leadership/what-is-leadership-how-is-it-evolving/>

Edenred. (17 de enero de 2020). *Qué es el liderazgo participativo y qué ventajas tiene*.

Obtenido de Edenred: <https://www.edenred.es/blog/liderazgo-participativo-ventajas/>

Enciclopedia Concepto. (16 de julio de 2021). *Encuesta*. (E. Etecé, Ed.) Recuperado el 3 de

mayo de 2025, de Concepto.de: <https://concepto.de/encuesta/>

ESERP. (16 de mayo de 2024). *Liderazgo carismático: qué es, ejemplos, ventajas y*

desventajas. Obtenido de ESERP: [https://es.eserp.com/articulos/liderazgo-](https://es.eserp.com/articulos/liderazgo-carismatico-que-es-ejemplos-ventajas-y-desventajas/)

[carismatico-que-es-ejemplos-ventajas-y-desventajas/](https://es.eserp.com/articulos/liderazgo-carismatico-que-es-ejemplos-ventajas-y-desventajas/)

Experto Universitario. (25 de septiembre de 2024). *Método inductivo y deductivo: diferencias,*

ejemplos y cuándo usarlos. Recuperado el mayo de 3 de 2025, de Experto

Universitario: <https://expertouniversitario.es/blog/metodo-inductivo-y-deductivo/>

Galarza, C. R. (2020). Los alcances de una investigación. *CienciAmérica*, 9(3), 1-6.

doi:<https://doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>

Hernández Espíndola, H. M. (septiembre-octubre de 2023). Estrategias de liderazgo para la

implementación exitosa de la enseñanza innovadora. *Ciencia Latina Revista Científica*

Multidisciplinar, 7(5), 1586–1597. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i5.7832

HubSpot. (20 de Enero de 2023). *HubSpot*. Recuperado el 14 de Julio de 2025, de ¿Qué es

un stakeholder?: <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-stakeholder>

Jonasen, K. (01 de Julio de 2023). *The importance of structured stakeholder management in*

leadership. Recuperado el 14 de Julio de 2025, de Leadership Pipeline Institute:

<https://leadershippipelineinstitute.com/resources/blog/importance-of-stakeholder-management-in-leadership>

LHH. (25 de enero de 2023). *¿Qué es el liderazgo transaccional?* Obtenido de LHH: <https://www.lhh.com/es/es/insights/que-es-el-liderazgo-transaccional/>

Lira, A. (2021). *Expok*. Obtenido de <https://www.expoknews.com/que-son-los-stakeholders-2/>

López, J. F. (2 de octubre de 2017). *Desviación estándar o típica: Qué es y ejemplos*. Recuperado el 3 de mayo de 2025, de Economipedia.com: https://economipedia.com/definiciones/desviacion-tipica.html#google_vignette

Manzanilla, V. H. (20 de febrero de 2025). *Liderazgo orientado a la tarea: ejemplos, características y definición*. Obtenido de Victor Hugo Manzanilla: <https://victorhugomanzanilla.com/liderazgo-orientado-a-la-tarea/>

Minning, L. (2024). *activecampaign*. Obtenido de <https://www.activecampaign.com/es/blog/tipos-de-stakeholders>

Montoya, S. R. (6 de abril de 2022). *Las características e importancia del liderazgo orientado en las personas*. Obtenido de Entrepreneur: <https://www.entrepreneur.com/es/consultoria/las-caracteristicas-e-importancia-del-liderazgo-orientado/423971>

Moret, T. (2024). *augment*. Obtenido de <https://augment.org/blog/secondary-stakeholders?ref=augment-org.ghost.io>

Navarro, S. (2024). *keepcoding*. Obtenido de <https://keepcoding.io/blog/que-son-los-stakeholders/>

Paez, L. (2021). *crehana*. Obtenido de <https://www.crehana.com/blog/transformacion-digital/stakeholders-primarios-y-secundarios/>

- Personio. (15 de octubre de 2023). *Liderazgo laissez-faire: ¿qué es y cómo puede beneficiar a tu organización?* Obtenido de Personio: <https://www.personio.es/glosario/liderazgo-laissez-faire/>
- Rodrigues, N. (26 de Abril de 2022). *Hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-stakeholder>
- Rojas, M. M. (28 de Noviembre de 2023). *De líder a Líder*. Recuperado el 14 de Julio de 2025, de Stakeholders.news: <https://stakeholders.news/de-lider-a-lider/>
- Samaniego, G. (28 de agosto de 2022). *Mi asesor de tesis* . Obtenido de Mi asesor de tesis : <https://miasesor detesis.com/enfoque-tipo-diseno-metodo-de-investigacion/>
- Suma, R. (2020). Liderazgo: características de un líder. *Red universitaria virtual internacional* , 1-7. Obtenido de Red universitaria virtual internacional .
- Toledo, M. e. (s.f.). Población y Muestra. *Técnicas de Investigación*.
- Universidades, S. (3 de octubre de 2024). *Liderazgo transformacional: ¿qué es y cuáles son sus características?* Obtenido de Santander Open Academy: <https://www.santanderopenacademy.com/es/blog/liderazgo-transformacional.html>
- Villar, B. (10 de noviembre de 2022). *Descubre el poder del liderazgo natural: nacidos para guiar*. Obtenido de Liderazgo.space: <https://liderazgo.space/liderazgo-natural/>
- ZÁRATE-RUEDA, R., BELTRÁN-VILLAMIZAR, Y., & GONZÁLEZ-GARCÍA, C. (2020). Relacionamiento con stakeholders en el marco de la. *Espacios* , 213-214.

8. Anexos

8.1. Anexo 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA						
Problema general	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología	Población y muestra	Técnicas o instrumento
Falta de estrategias de liderazgo efectivas, lo que dificulta el desarrollo de las relaciones sólidas con los stakeholders afectando la confianza y el crecimiento empresarial. INTERROGANTE ¿Cómo influye la carencia de estrategias de liderazgo en la construcción de vínculos consistentes con los stakeholders y en la sostenibilidad en términos de crecimiento y efectividad en los negocios del Cantón Chone?	OG: Determinar cómo el liderazgo impacta en el desarrollo de las relaciones con los stakeholders en los negocios del Cantón Chone a través de la efectividad en términos de crecimiento y sostenibilidad empresarial. OE: -Identificar los tipos de liderazgo empresarial y las relaciones con los stakeholders de los negocios del Cantón Chone. -Analizar las estrategias de liderazgo para fomentar la efectividad en términos de crecimiento y sostenibilidad empresarial de los negocios del Cantón Chone. -Estimar el liderazgo con las estrategias de relaciones con los stakeholders que fomenten la efectividad en términos de crecimiento y sostenibilidad empresarial.	El liderazgo influye favorablemente en el desarrollo de las relaciones con los stakeholders en los negocios del Cantón Chone a través de la efectividad en términos de crecimiento y sostenibilidad empresarial	VI: El liderazgo en los negocios del Cantón Chone. VD: El desarrollo de las relaciones con los stakeholders.	ENFOQUE Cuantitativo ALCANCE Descriptivo DISEÑO Analítico Deductivo	POBLACIÓN 3.500 negocios del Cantón Chone TIPO DE MUESTREO No probabilístico por conveniencia MUESTRA 120 negocios del Cantón Chone	TÉCNICA Encuesta Instrumento Estadística Descriptiva

8.2. Anexo 2



Uleam
UNIVERSIDAD LAICA
ELOY ALFARO DE MANABÍ

Encuesta dirigida a los negocios del Cantón Chone, Ecuador

Objetivo: *Determinar cómo el liderazgo impacta en el desarrollo de las relaciones con los stakeholders en los negocios del Cantón Chone, a través de la efectividad en términos de crecimiento y sostenibilidad empresarial.*

Instrucciones: *Lea cuidadosamente cada pregunta y marque la respuesta que más se asemeje a sus ideales.*

1. ¿Cuál de los siguientes estilos de liderazgo describe mejor la gestión en su negocio? OE1

- ☐ Autocrático (El líder decide todo, sin consultar)
- ☐ Democrático (El líder decide con el equipo)
- ☐ Transformacional (Motiva e inspira al cambio)
- ☐ Laissez- faire (Deja que el equipo trabaje solo)
- ☐ Otro (especificar) _____

2. ¿Cómo se describiría el enfoque de liderazgo que prevalece en su negocio? OE1

- ☐ Se concentra en la toma de decisiones individuales (líder toma todas las decisiones)
- ☐ Permite la participación del equipo en la toma de decisiones
- ☐ Motiva e inspira a los empleados para lograr metas comunes
- ☐ Da libertad total al equipo para gestionar su trabajo
- ☐ Otro (especificar) _____

3. ¿Con qué frecuencia se involucra su negocio en la toma de decisiones con sus principales stakeholders (clientes, proveedores, empleados)? OE1

- ☐ Nunca
- ☐ Raramente

- ☐ A veces
- ☐ Frecuentemente
- ☐ Siempre

4. ¿Qué tan importante es la relación con los stakeholders (clientes, proveedores, empleados) en el éxito de su negocio? OE1

- ☐ Nada importante
- ☐ Poco importante
- ☐ Neutral
- ☐ Importante
- ☐ Muy importante

5. ¿Cuáles de las siguientes estrategias de liderazgo ha implementado en su negocio para fomentar el crecimiento? OE2

- ☐ Capacitación y desarrollo del personal
- ☐ Fomento de la innovación
- ☐ Mejora de la comunicación interna
- ☐ Establecimiento de metas claras y medibles
- ☐ Otro (especificar) _____

6. ¿Con qué frecuencia su negocio adapta las estrategias de liderazgo para mejorar la sostenibilidad en el mercado? OE2

- ☐ Nunca
- ☐ Raramente
- ☐ A veces
- ☐ Frecuentemente
- ☐ Siempre

7. ¿Qué tan importante considera que es el liderazgo en la capacidad de su negocio para crecer de manera sostenible? OE2

- ☐ Nada importante
- ☐ Poco importante

- ☐ Neutral
- ☐ Importante
- ☐ Muy importante

8. ¿Considera usted que el liderazgo influye favorablemente en el desarrollo de las relaciones con los stakeholders en su negocio? OE3

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Totalmente de acuerdo

9. ¿Qué tan satisfechos están los stakeholders (clientes, empleados, proveedores) con la gestión de relaciones establecida por su negocio? OE3

- ☐ Nada satisfecho
- ☐ Poco satisfecho
- ☐ Neutral
- ☐ Satisfecho
- ☐ Muy satisfecho

10. ¿Considera usted que las relaciones con los stakeholders (clientes, empleados, proveedores) es importante para alcanzar los objetivos de crecimiento sostenible en su negocio? OE3

- ☐ Nada importante
- ☐ Poco importante
- ☐ Neutral
- ☐ Importante
- ☐ Muy importante

¡MUCHAS GRACIAS !