

INCIDENCIA DEL LIDERAZGO EN LOS FACTORES CRÍTICOS DEL ÉXITO COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA EMPRESARIAL¹

IMPACT OF LEADERSHIP IN CRITICAL SUCCESS FACTORS
AS A COMPETITIVE BUSINESS STRATEGY

IMPACTO DA LIDERANÇA NA FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO
COMO ESTRATÉGIA COMPETITIVA DE NEGÓCIO

Ivonne María Gil Osorio²
Sait Ibarra Lopesierra³

FORMA DE CITACIÓN

Gil, I, M. e Ibarra, S. (2014). Incidencia del liderazgo en los factores críticos del éxito como estrategia competitiva empresarial. *Revista Dimensión Empresarial*, vol. 12, núm. 2, p. 117-126.
JEL: D23, D71, M10, M21,

RESUMEN

En las organizaciones, en el mundo cambiante de la globalización requieren, para ser exitosas en el mercado, de liderazgo expresado como factores críticos del éxito, que se expresan en la influencia en el entorno. Estos determinan que clases de estrategias competitivas planificar, con el propósito de permanecer y sobresalir. Este artículo reflexiona sobre este tema desde la perspectiva interpretativa, bajo enfoques positivista, con el uso del método hermenéutico en contexto teórico y documental. Se plantea en la reflexión final como el liderazgo y los factores críticos del éxito en las organizaciones juegan un papel fundamental, siendo este enfoque empresarial una herramienta dinámica en las estrategias de competitividad.

Palabras clave: Liderazgo, Factores críticos del éxito, estrategias competitivas.

Contenido

Introducción, 1. Contexto del liderazgo, 2. Factores críticos del éxito: enfoque teórico, 3. Consideraciones finales.

¹ Artículo de reflexión. Este artículo se desarrolla en el marco de los estudios doctorales y como elaboración conducente a la comprensión de los factores de éxito, los cuales son fundamentos de la tesis de grado en Ciencias Gerenciales. Recibido en abril 13 de 2014, aprobado para publicación en mayo 25 de 2014.

² Economista, Magister en Gerencia Empresarial, doctor(c) en Ciencias Gerenciales (URBE), docente e investigador activo, SENA, Riohacha, Colombia. Correo: ivonndgil@misena.edu.co

³ Psicólogo, Magister en Recursos Humanos (URBE), docente e investigador, Universidad Antonio Nariño, Riohacha, Colombia. Correo: Sidon4@yahoo.es

ABSTRACT

In organizations, in the changing world of globalization need to be successful in the market, leadership expressed as critical success factors, which are expressed in the influence on the environment. They determine what kinds of competitive strategies planning, in order to remain and excel. This article reflects, on this issue from, the interpretive perspective on positivist approaches to the use of the hermeneutic method in theoretical and documentary context. Silvers in the final reflection as leadership and critical success factors in organizations play a key role and this entrepreneurial approach a dynamic tool in competitiveness strategies.

Key word: Leadership, Critical success factors, competitive strategies.

Content

Introduction 1 Background of leadership, 2 Critical Success Factors: Theoretical approach 3 Final Thoughts.

RESUMO

As organizações no mundo cambiante da globalização requerem para ser exitosas no mercado, de liderança expressada como factores críticos do sucesso, que se expressam na influência no meio. Estes determinam que classes de estratégias competitivas planificar, com o propósito de permanecer e sobressair. Este artigo reflexiona sobre este tema desde a perspectiva interpretativa, baixo enfoques positivistas, com o uso do método hermenéutico em contexto teórico e documentário. Propõe-se na reflexão final como a liderança e os factores críticos do sucesso nas organizações jogam um papel fundamental, sendo este enfoque empresarial uma ferramenta dinâmica nas estratégias de competitividade.

Palavras-chave: Liderança, Factores críticos de sucesso, estratégias competitivas..

Conteúdo

Introdução 1 Fundo de liderança, 2. Factores críticos de sucesso: abordagem teórica 3 Considerações finais.

INTRODUCCIÓN

En el entorno cambiante actual es necesario que las organizaciones invierten grandes esfuerzos en recursos en el desarrollo de procesos estratégicos que las lleven a ser más competitivas para sobrevivir en un ambiente cada vez más difícil del mundo globalizado. La competitividad es un concepto complejo y multidimensional dependiente de una amplia red de factores causales que puede aplicarse a un amplísimo rango de acciones, por tanto, también a las empresas.

En los mercados actuales la intensidad de la rivalidad se ha venido acrecentando, las empresas compiten por los mercados a través de la oferta de mejores productos y servicios. Bajo esta intensa competencia las estrategias se han vuelto instrumentos de planeación indispensables para aumentar la participación del mercado. Según Porter (1998), la definición de una estrategia competitiva consiste en desarrollar una amplia fórmula de cómo la empresa va a competir, cuáles deben ser sus objetivos y qué políticas serán necesarias para alcanzar tales objetivos.