

Capítulo 8



El liderazgo transformacional desde la perspectiva del Modelo Disney en Benavides Soluciones Topográficas y Construcción S.A.S., en la ciudad de Sincelejo, Colombia

Manuel Antonio Pérez Vásquez¹
Ilva María Polo Santis²

Resumen

El liderazgo es un aspecto central en el desarrollo de las organizaciones, debido a que es fuente de motivación, inspiración y transformación del recurso humano dentro de las empresas o compañías, y esta conjunción de elementos, a su vez, van a generar un impacto significativo en el crecimiento organizacional. El presente artículo, de tipo descriptivo-exploratorio, hace especial énfasis en el liderazgo transformacional y en la importancia del “Modelo Disney”. Y, en razón de esto último, se describe la perspectiva de dicho modelo para el caso de la empresa Benavides Soluciones Topográficas y Construcción S.A.S., en la ciudad de Sincelejo. En los resultados obtenidos se evidencia que el servicio que brinda la empresa dentro del área de la construcción es una fortaleza, debido a que es percibida de manera satisfactoria por los clientes, y en donde es pertinente una mayor cualificación del recurso humano. En la discusión se valida el hecho de que el liderazgo que es transformador no puede ser ajeno a la eficiencia y eficacia del recurso humano dentro del Modelo de Servicio Disney, debido a que ello se revertirá en lograr brindar un servicio al cliente en términos de calidad superior. En la conclusión, se expone que el “Modelo Disney” es colaborativo con la generación de una cultura organizacional orientada al cliente, y, desde esa

1 PhD. Ciencias Sociales Mención Gerencia, Magister en Negocios Internacionales e Integración, Master MBA en Administración y Dirección de Empresas, Especialista en Gestión de Negocios Internacionales, Profesional en Negocios y Finanzas Internacionales, Docente Investigador, Grupo CUS Categoría A Colciencias. manuelperezv@unisnu.edu.co

2 Contadora Pública, Magíster en Administración MBA.

perspectiva, el liderazgo transformacional es el factor motivacional para el logro de que haya mayores satisfactores a los clientes, tanto internos como externos.

Palabras clave: líder, cliente, servicios, transformacional, modelo Disney

Transformational leadership from the perspective of the Disney Model in Benavides Soluciones Topográficas y Construcción S.A.S., in the city of Sincelejo, Colombia

Abstract

Leadership is a central aspect in the development of organizations, because it is a source of motivation, inspiration and transformation of human resources within companies or companies, and this combination of elements, in turn, will generate a significant impact in organizational growth. This descriptive-exploratory article places special emphasis on transformational leadership and the importance of the “Disney Model.” And, due to the latter, the perspective of said model is described for the case of the company Benavides Soluciones Topográficas y Construcción S.A.S., in the city of Sincelejo. The results obtained show that the service provided by the company within the construction area is a strength, because it is perceived in a satisfactory way by customers, and where a higher qualification of the human resource is relevant. The discussion validates the fact that leadership that is transformative cannot be alien to the efficiency and effectiveness of human resources within the Disney service model, because this will be reversed in achieving customer service in terms of quality higher. In the conclusion, it is stated that the “Disney Model” is collaborative with the generation of a customer-oriented organizational culture, and, from that perspective, transformational leadership is the motivational factor for achieving greater customer satisfaction, both internal and external.

Keywords: leader, client, services, transformational, Disney model

Introducción

El líder en una empresa es la persona que motiva a un colectivo a que desarrolle determinadas actividades para el logro de los objetivos misionales. En ese sentido, el liderazgo se ejerce con fundamento en la habilidad personal que posee el líder, en el desarrollo máximo del potencial humano y en el aprovechamiento inteligente de los recursos con que cuentan las empresas. En el caso del liderazgo transformacional, este implica centrarse en la atención en las expectativas, percepciones y motivaciones de los colaboradores, y de que se lidere el cambio dentro de una empresa u organización.

El presente artículo es de carácter descriptivo-exploratorio, en el cual se hace relevancia teórica del liderazgo transformacional y del “Modelo Disney”, y, en cuanto al primer factor, este liderazgo se concibe como una perspectiva válida dentro del ámbito del direccionamiento organizacional y acerca de su influencia positiva en los colaboradores para lograr un servicio de calidad superior a los clientes. En cuanto al Modelo de Servicio Disney, se enfatiza en la importancia de la satisfacción de las necesidades y expectativas los clientes, y en donde el liderazgo es un factor esencial para dicho logro. En el desarrollo del artículo se muestra los resultados de una encuesta realizada a los clientes de la empresa Benavides Soluciones Topográficas y Construcción S.A.S., en la ciudad de Sincelejo, y cuyo objetivo es el poder identificar los puntos críticos en los servicios que se le ofrecen a los clientes dentro de la perspectiva del “Modelo Disney”, y el plantear recomendaciones para la mejora de tipo organizacional, específicamente en cuanto a la prestación de servicio a los clientes y el papel del liderazgo transformacional dentro de dicha perspectiva.

Por otra parte, el estudio hace referencia teórica al “Modelo Disney”, como un referente válido para subsanar o mejorar algunos aspectos de deficiencia, que se relacionan con la falta de compromiso y liderazgo en las organizaciones. De igual manera, la aplicación de dicho modelo, dentro del contexto de servicio de una empresa en particular, tiene como propósito el contrastar lo teórico con lo empírico, y con ello dar nuevas luces de conocimiento acerca de la importancia que tienen los modelos centrados en la satisfacción de los clientes y de cómo el liderazgo es un aspecto clave dentro de dicha perspectiva.

Liderazgo transformacional

Actualmente, las organizaciones por fuerza de la competitividad, han logrado una mayor evolución empresarial, y ello se traduce, en una mayor experiencia a través del ejercicio del liderazgo, mejor uso de las nuevas tecnologías y un mayor interés en la capacitación de los colaboradores, entre otros aspectos; y todo ello, en función de lograr mayores resultados, como son: el incremento de la productividad, aumento del rendimiento de las operaciones, y una mayor rentabilidad económico-financiera (Gamboa & Jiménez, 2016).

También las estrategias corporativas se validan dentro de un proceso sólido para garantizar la permanencia competitiva de las empresas en el mercado (Prieto et al., 2014).

Según Annherys et al. (2015), hoy en día las empresas están expuestas a factores endógenos y exógenos, que hacen imperativo que estas rediseñen tanto sus planes como la forma de hacer las cosas, en el propósito de generar ventajas competitivas en el mercado. En esa línea de pensamiento, Parra y Durán (2014) y Hernández y Prieto (2016), exponen acerca de la necesidad de que las compañías o empresas elaboren planes de acción, orientados hacia una mayor competitividad en el mercado global, y esta necesidad implica, una mayor cualificación del recurso humano y un mejor direccionamiento estratégico del mismo por parte del líder o la gerencia.

Por su parte, Durán et al. (2017) hacen relevancia en que las organizaciones, sin importar su tamaño, identifiquen la necesidad de transformación y la manera como adaptarse a los nuevos cambios del mercado actual. Desde esa perspectiva es desde donde se hace más urgente el liderazgo al interior de las empresas, ya sea por parte de la dirección o de la persona que se contrate para ello, en el cual se trata de que el talento humano se comprometa en mayor grado hacia el logro de los objetivos organizacionales y de una mayor integración de tal recurso dentro del plan de empresa, y, con ello, la obtención de mayor sostenibilidad en el tiempo. En ese orden de ideas, Prieto et al. (2015) argumentan que las organizaciones deben valorar aún más la participación del recurso humano, y orientar los esfuerzos colectivos hacia la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes. Estos últimos son la razón de ser de las organizaciones, pero ello no demerita que haya una mayor atención en satisfacer adecuadamente

las necesidades de los clientes internos, como son los colaboradores de una empresa, debido a que estos son el pilar esencial en la generación de ventajas competitivas en las organizaciones (Prieto et al., 2016).

El trasegar evolutivo de las organizaciones, frente al reto que le demanda el mercado global, conlleva a direccionar el talento humano hacia la consecución de los objetivos propuestos por la dirección y en el hecho de cumplir de manera eficaz con la satisfacción y expectativas de los clientes. En esa nueva dinámica, surge un nuevo estilo de liderazgo que requieren adoptar las organizaciones, en procura de que se logren en efectos positivos y estratégicos de los procesos de dirección (Velázquez, 2014). El liderazgo transformacional surge como un proceso por parte de la dirección de las empresas, en donde la acción del líder se traduce en una fuente de inspiración y de motivación a los colaboradores de una organización, y ello, en parte, se configura como una transformación mental de los que hacen parte del colectivo y en conjunción con el logro de los objetivos estratégicos propuestos (Bracho & García, 2011).

Este nuevo liderazgo, denominado transformador, está encaminado, al fomento del intraemprendimiento, y como parte del desarrollo humano integral, en donde los colaboradores, aportan sus conocimientos y experticias para la transformación individual y del entorno que les rodea (Durán et al., 2015).

El liderazgo transformacional también tiene como propósito el fomento de la creatividad y la innovación entre los colaboradores, y ello contribuye significativamente, en un mayor nivel de competitividad organizacional (Vásquez, 2013), en la perspectiva del líder transformacional; hay un cuestionamiento de todo y se promueve un estilo de pensamiento no tradicional (Vásquez, 2013).

En cuanto a las características del liderazgo transformacional, se mencionan cinco elementos sustanciales como son: consideración individual, estimulación intelectual, motivación/ inspiración, influencia idealizada y tolerancia psicológica (Vásquez, 2013).

La consideración individual hace referencia a que el líder escucha, es empático y provee retos y oportunidades para los otros. La estimulación intelectual es el hecho de empoderar a otros para que piensen acerca de los problemas y desarrollen sus propias habilidades intelectuales y mentales.

La motivación e inspiración, como su nombre lo indica, es la capacidad del líder de motivar a la gente para alcanzar un desempeño superior, y de inspirar a los demás para que estos logren el cumplimiento de los objetivos propuestos.

La influencia idealizada es que el líder promueva en sus seguidores, una razón de ser de lo que se realiza y en donde este adquiere el respeto y la confianza de quienes dirige.

Por último, la tolerancia psicológica; está referida a que se promocióne la calma y la tolerancia frente a los conflictos y críticas que puedan surgir dentro del contexto organizacional, donde el líder debe mantener el buen humor y trabajar en función de la solución de los conflictos (Martínez *et al.*, 2017).

García *et al.* (2017) afirman que, en las organizaciones, a través del liderazgo transformacional se puede lograr la consolidación e integración del recurso humano, mediante un plan estratégico que involucra a todos en función del logro de los objetivos organizacionales como tal.

Liderazgo transformacional según enfoque del “Modelo Disney”

El liderazgo transformacional no solo es una labor que incide directamente en el comportamiento de los colaboradores de una organización, sino también en que estos desarrollen unas acciones de trabajo en procura de la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes; en ese sentido cada uno de los empleados y trabajadores desarrollara su mejor capacidad en función de que se generen mejores resultados, que se materializan al final en productos y servicios de calidad para el cliente. Este último es la razón de ser de las empresas; por ello, el líder debe estar atento a formular estrategias de servicios que satisfagan adecuadamente los requerimientos de aquellas personas que adquieren, consumen o usan los productos o servicios que ofrece la organización.

En razón a ofrecer un servicio de calidad a los clientes, y en atención a sus necesidades particulares, se hace mención de la Metodología de Servicio Disney que, como su nombre lo indica, la elaboró Walter Elías Disney, quien fue un empresario de éxito en los Estados Unidos, aplicando las tácticas y estrategias, con base en 4 palabras: soñar, crear, atreverse y valorar, que fueron acompañadas por aspectos centrales en la prestación

de un servicio de calidad a los clientes, como lo es, la estabilidad administrativa, la habilidad global, la inmejorable atención al cliente y la cultura organizacional, que como líder sabía transmitir a sus colaboradores, en función de la unión de esfuerzos para logra un servicio ideal.

El liderazgo que ejerció Disney se centró en lograr contar con: a) Un personal con aptitud, entusiasmo, cumplimiento, y confianza, b) Un mayor grupo de proveedores y empleados, c) Un aprendizaje íntegro, d) La constante consolidación de la cultura y los valores Disney, y e) Reconocer la participación de los empleados dentro de la organización.

En atención a lo anterior, el liderazgo y la capacidad de los empleados son los elementos básicos en la cadena de valor, y tales aspectos son conducentes hacia el buen servicio al cliente. Como forma de pensamiento, sostienen una cultura de trabajo colaborativa, donde el “sí, y además...” o el “sí, si” es escuchado cada vez que alguien propone una idea. En lugar de un “no, lo que pasa es que...” o “no creo que funcione” (Santiago, 2012, citado por Rodríguez & Ávila, 2017, p. 12).

El Modelo Disney tiene en consideración que, la mayoría de las veces, el cliente tiene una sola oportunidad para evaluar un servicio en términos de calidad y satisfacción (Ibarra & Casas, 2015). Por ello, esa sola oportunidad es donde las empresas deben mostrar lo mejor de sí, a través de un buen servicio o producto para atender esas necesidades y expectativas puntuales de los clientes. Sin embargo, se debe determinar cuáles son las variables relevantes en la satisfacción de los clientes y, con ello, el poder perfilar adecuadamente un bien o servicio (Huayamave et al., 2015).

Dentro del modelo Disney, los colaboradores de la organización deben contar con todo el apoyo del líder para que puedan desarrollar al máximo su creatividad, y estos deben ser tratados de forma respetuosa y conservar firmemente sus ideales, principios, valores y creencias. Los clientes deben ser tratados como invitados, para lo cual, se requiere adaptar un modelo de calidad en la atención del servicio que se ofrece a los clientes, y con ello, el aumento de las ventas y una mayor rentabilidad (Cartagena, 2014).

Aspectos metodológicos

El estudio del presente artículo, es de tipo descriptivo, y en razón de darle una validez empírica, al constructo del liderazgo expuesto en la parte teórica, se propuso en el diseño de la investigación, la realización de una encuesta con énfasis en la aplicación del “Modelo Disney calidad del servicio” en la empresa Benavides Soluciones Topográficas y Construcción S.A.S. En razón a las limitaciones de la investigación propuesta, se determinó de forma no probabilística, una muestra selectiva y representativa de 30 clientes, para posteriormente, mostrar gráficamente los resultados y su posterior análisis. Luego, en la discusión, se analizan los resultados obtenidos del trabajo de campo, se hace referencia a la importancia del Modelo Disney en las organizaciones, y se muestran algunos aspectos de deficiencia de la empresa objeto de análisis y que se relacionan con la falta de liderazgo en la misma.

Resultados y su análisis

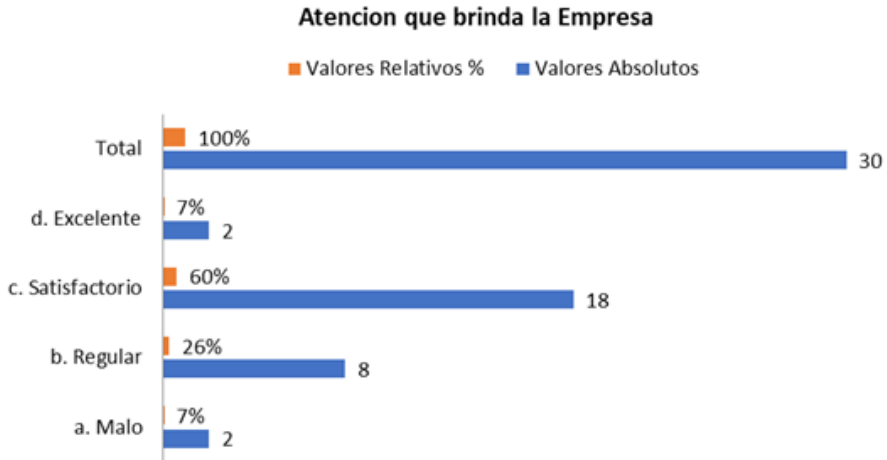
En la aplicación del modelo Disney, se implementaron unas encuestas con preguntas cerradas y dirigidas a los clientes en general, para evaluar el estado actual del servicio que se ofrece. Y, posteriormente, con los resultados obtenidos de la encuesta, se tabularon dichos datos y se presentaron gráficamente, de tal manera que la información extraída facilitó las opciones de observar los puntos críticos diagnosticados por los mismos clientes, y en razón a ello establecer las recomendaciones para que se den las acciones de mejora en el servicio de atención de la empresa.

La empresa Benavides Soluciones Topográficas y Construcción S.A.S., es de tamaño mediano, cuenta con 40 colaboradores, con un capital de \$ 50.000.000, y su estructura organizacional la componen los departamentos de Contabilidad, Administración y de Operaciones.

A continuación, se muestran los resultados de la encuesta realizada a 30 clientes de la empresa, Benavides Soluciones Topográficas y Construcción S.A.S., en la ciudad de Sincelejo, Sucre, en el objeto de determinar la percepción del cliente en cuanto al servicio que reciben por parte de la organización.

Preguntas

1. ¿Cómo considera la atención que brinda Benavides Soluciones Topográficas y Construcción S.A.S?



Gráfica 1. Atención que brinda Benavides Soluciones Topográficas y Construcción S.A.S.

Fuente: Elaboración propia, con base en la investigación realizada por Polo (2019).

La gráfica indica que el 60 % de los clientes encuestados opinan que la atención que brinda Benavides Soluciones Topográficas y Construcción S.A es satisfactoria, debido a que si el cliente requiere de una información adicional o un requerimiento acerca del servicio, la persona que lo atiende está disponible para aclarar el interrogante o suplir su demanda, mientras que el 26% expresa, que es regular, lo cual supone que se debe trabajar en la mejora de dicha atención del servicio para lograr un porcentaje de aceptación mayor.

2. ¿Considera usted que la empresa responde a tiempo y eficazmente ante fallas en el servicio?

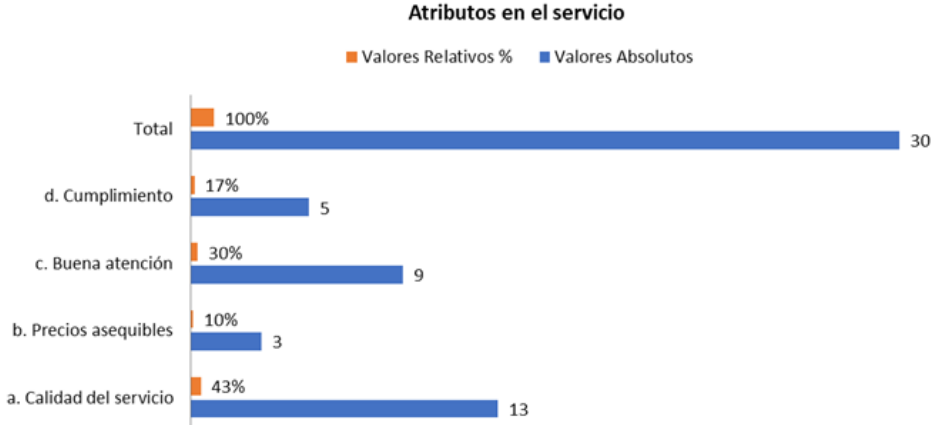


Gráfica 2. Respuesta ante fallas del servicio.

Fuente: Elaboración propia, con base en la investigación realizada por Polo (2019).

El 60 % de las personas encuestadas dieron como respuesta que la empresa responde a tiempo y eficazmente ante fallas en el servicio, lo cual es un resultado favorable en función de satisfacer y mantener la fidelidad de los clientes. Y, en ese orden de ideas, el liderazgo que se ejerza en la empresa debe conllevar a lograr un mayor grado de motivación para que los colaboradores se comprometan frente a las exigencias o sugerencias de los clientes, debido a que la satisfacción de estos últimos, es el pilar fundamental para el crecimiento de la organización.

3. ¿Cuál considera usted, que es el mayor atributo en el servicio que ofrece Benavides Soluciones Topográficas y Construcción S.A.S.?

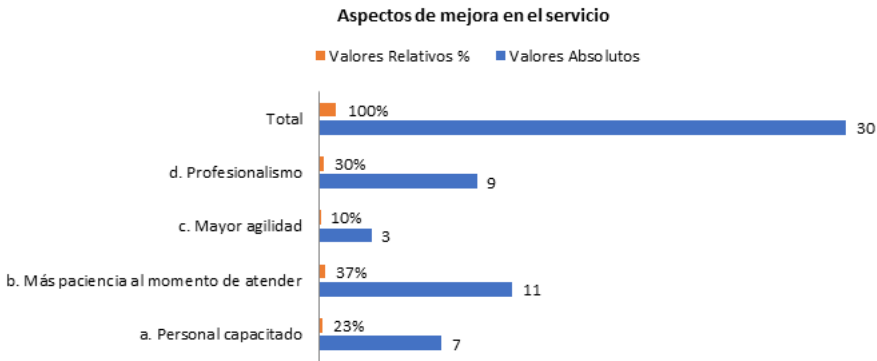


Gráfica 3. Perspectiva de los atributos que posee la empresa.

Fuente: Elaboración propia, con base en la investigación realizada por Polo (2019).

El resultado obtenido, muestra que el 43 % de los clientes encuestados opinan que la calidad del servicio es el mayor atributo que posee Benavides Soluciones Topográficas y Construcción S.A.S., seguido de la buena atención (30 %), lo cual son dos factores que se muestran de forma positiva, y que indican que se deben fortalecer, y el liderazgo es una acción que puede contribuir a ello.

4. ¿En cuál de estos aspectos, Benavides Soluciones Topográficas y Construcción S.A.S., debería mejorar con respecto al servicio en atención al cliente?



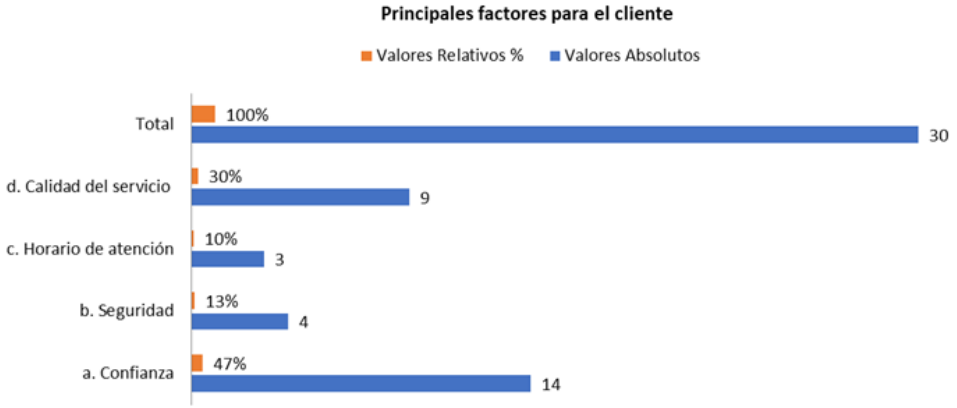
Grafica 4. Aspectos que deben considerarse para mejorar el servicio en atención al cliente

Fuente: Elaboración propia, con base en la investigación realizada por Polo (2019).

Según el 37 % de los clientes encuestados, las personas que atienden en la empresa deben tener mayor paciencia cuando atienden a los clientes, y un 30 % considera que es el profesionalismo en su labor que debe mejorarse y un 23 %, considera que es necesario mayor capacitación del recurso humano.

Todas estas respuestas coligen que el liderazgo que se ejerza en la empresa debe ser conducente, a que el personal deba estar capacitado para cumplir con eficiencia sus actividades, con un grado de mayor paciencia al momento de atender, y ello en parte denota profesionalismo en su labor. Se resalta en este resultado, que los factores emocionales y de control mental son indispensables en función de mostrarse más amable, atento y dispuesto, y ellos lo perciben de forma positiva los clientes.

5. ¿Cuáles son los principales factores que influyeron en usted para preferir a Benavides Soluciones Topográficas y Construcción S.A.S., de entre otras empresas constructoras?



Gráfica 5. Factores que influyeron en la preferencia por el servicio de la empresa.

Fuente: Elaboración propia, con base en la investigación realizada por Polo (2019).

Con respecto a los factores que influyeron para que el cliente prefiriera a Benavides Soluciones Topográficas y Construcción S.A.S de entre otras empresas constructoras, el 47 % de los encuestados opinan que es la confianza y un 30 %, la calidad del servicio. Estos resultados confirman el hecho, de que los aspectos emocionales del servicio sumado a la buena atención son factores competitivos que deben ser promocionados a través de un liderazgo transformacional.

Análisis de los resultados

Los hallazgos obtenidos evidencian que la mayoría de los encuestados (60%), consideran que la atención que se brinda es una fortaleza en la empresa Benavides Soluciones Topográficas y Construcción S.A., debido a que es satisfactoria, y en donde se atiende a los clientes de manera pertinente en cuanto a una información adicional o un requerimiento acerca del servicio. Ese mismo porcentaje de encuestados opinan que la organización responde de manera eficaz ante fallas en el servicio, lo cual es un resultado favorable en función de mantener la fidelidad de los clientes.

Según las perspectivas que tienen los clientes, en razón a los atributos que posee la empresa, la calidad del servicio es el más relevante, seguido de la buena atención.

Para el caso de considerar el mejoramiento del servicio, los aspectos de mayor relevancia son el que los colaboradores tengan mayor paciencia cuando atienden a los clientes, mayor profesionalismo y capacitación del recurso humano. Por último, en cuanto al interrogante de cuáles son los principales factores que influyeron en usted para preferir a Benavides Soluciones Topográficas y Construcción S.A.S., frente a otras del sector, el 47 % opina que la confianza y el 30 % la calidad del servicio. Estas respuestas, denotan acerca de la importancia que tiene un servicio confiable y de buena calidad a los clientes, y en tal sentido el liderazgo transformacional debe ser un factor de motivación para tales efectos en favor del crecimiento de esta organización.

Discusión

El desempeño de cada uno de los colaboradores en cuanto a la prestación de un servicio de calidad superior a los clientes en la empresa Benavides Soluciones Topográficas y Construcción S.A.S., puede obedecer a la falta de conocimientos o por no desarrollar los empleados al máximo sus habilidades y capacidades, en ese sentido, es válido lo que plantea el “Modelo Disney calidad del servicio”, en donde se considera que cada colaborador o empleado es la organización ante la visión de los clientes o consumidores, por ello, estos deben estar en constantes capacitaciones, ser estimulado o promoverlos en base a su alto desempeño.

En consideración a lo anterior, el liderazgo no puede ser ajeno a la eficiencia y eficacia que el recurso humano puede lograr en función de brindar un buen servicio de calidad a los clientes. En ese orden de ideas, el liderazgo que se ejerza en una empresa debe ser transformado en su cultura de servicio, y ello implica, que el líder incida positivamente en el comportamiento de los colaboradores para que estos comprendan en la importancia que tiene el cliente para la organización, en el hecho de satisfacer corresponder adecuadamente con sus necesidades y expectativas. Según el Modelo Disney de Calidad de Servicio, el cliente se ubica como

el eje central en donde debe girar los procedimientos, técnicas y los colaboradores mismos para con ello, establecer un servicio de atención al cliente más agradable y que este sea tratado como invitados.

Por otra parte, el liderazgo transformacional referido al Modelo Disney de calidad de buen servicio al cliente, debe trabajar no solo por un mejor desempeño técnico o administrativo de los empleados y trabajadores, sino también, porque se fortalezcan sus valores de los mismos dentro de la organización, es decir, que exista el respeto, el aprecio y darle valor a todos por igual, para involucrar el compromiso de cada uno de tus colaboradores frente a los objetivos misionales y de servicio. Se concibe dentro del modelo Disney, que en la medida en que los clientes internos reciban la importancia debida, sean motivados y encuentren satisfechos con la organización, así mismo, darán lo mejor de sí, y ello se materializaran en una mejor atención hacia los clientes.

Siguiendo los principios del Modelo de Servicio Disney, se debe reinventar el negocio, y ello implica que el líder debe promover el cambio, y los colaboradores adaptarse al mismo, y esta condición de cambio está dada por la mejora en la estructura organizacional de la empresa, lo cual a su vez, involucra decisiones importantes para la prestación de un mejor servicio a los clientes.

Otro principio del modelo Disney es “Haz de tus empleados tu marca”, y debe entenderse, que los colaboradores no solo deban estar capacitados sino también estar equilibrados emocionalmente, para poder desarrollar positivamente aptitudes como la comunicación, la cortesía, amabilidad, paciencia, y todo ello, es percibido favorablemente por los clientes y refuerza la marca de la organización.

Por otro lado, el entrenamiento es un factor de desarrollo hacia el cliente, y no solo son instrucciones técnicas por parte del líder o guía, sino también, generar un ambiente de motivación, estímulo y reforzamiento de sus habilidades ocupacionales. También se deben evitar los trastornos, y ello implica el atender debidamente las inquietudes y sugerencias de los clientes internos, y el líder debe ser un orientador de estos, para que cada uno de ellos, puedan ser fuente de crecimiento empresarial.

El líder debe averiguar lo que ocurre, es decir, conocer en que están fallando los colaboradores, así como también, el conocer, cual es la percepción de los clientes frente al servicio que se lo ofrece y si la organización puede brindar dicho servicio en términos de calidad superior, es decir lograr que los clientes estén satisfechos con el servicio, producto o la atención que se le brinda.

La estrategia dentro del modelo Disney se concibe como combustible gratis, por tanto, es un elemento que debe ser utilizado eficazmente por el líder, para con ello, contribuir significativamente en ambientes laborales más agradables donde cada trabajador y empleado va a estar más satisfecho y, por ende, desarrollará su máximo potencial de las habilidades y capacidades de servicio ante el cliente. Otro principio básico del modelo Disney, expone que ser líder para la organización es fuente de ventaja competitiva, debido a que es parte integrante del equipo de trabajo para lograr los objetivos planteados. Las 4 competencias básicas del líder son: la técnica, la gestión, la tecnología y el liderazgo.

Otro aspecto importante, es el hecho de que el líder cuide su imagen personal ante los colaboradores, de tal manera que ellos confíen y tengan una credibilidad en él, que este mantenga la humildad y la empatía para con ello, promover la sinergia organizacional necesaria hacia un mejor rendimiento laboral en los colaboradores. Por último, el líder transformacional, debe poseer actitudes y aptitudes que permitan dinamizar comportamientos humanos positivos y fundamentados en códigos éticos y principios definidos.

Conclusión

Se concluye, que el liderazgo transformacional es aquel proceso de dirección en las empresas, que propende a motivar, inspirar potencializar las habilidades de los colaboradores, y ello, conlleva, a que se obtenga mejores indicadores desempeño de los mismos, y además de ello, el lograr que el seguidor transformado puede crear mayor satisfacción en el cliente.

Los resultados obtenidos de las encuestas, indican que la empresa Benavides Soluciones Topográficas y Construcción S.A.S., a pesar de que ofrece un servicio que es percibido satisfactorio por la mayoría de los clientes,

este servicio se presenta con ciertas deficiencias, y ello en parte, induce a pensar en la necesidad de un liderazgo transformacional, que motive y facilite en los colaboradores de la organización un mejor desempeño en la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes.

El “Modelo Disney”, es colaborativo con la generación de una cultura organizacional orientada al cliente, debido a que en última instancia, es éste, el que le da razón de ser al negocio, y en consideración, de que la satisfacción de las necesidades y las expectativas de los clientes, es el objeto central, a las cuales se dirigen la mayoría de las acciones y estrategias de las organizaciones o empresas, por tanto, el liderazgo transformacional dentro de la compañía Benavides Soluciones Topográficas y Construcción S.A.S., debe ser el factor motivacional para el logro de que haya mayores satisfactores a los clientes tanto internos como externos.

En el caso de aplicación del liderazgo transformacional dentro del Modelo de Servicio Disney, estos líderes deberán ser personas íntegras, con inteligencia emocional, con fuerte poder moral y un sólido poder experto, el cual permitirá manejar los cambios e inspirar a toda la organización para seguirlos con pasión y compromiso hacia una visión compartida. Y dentro de esos compromisos empresariales se encuentra el servicio al cliente, debido a que en la medida que haya un mayor grado de satisfacción de las necesidades y satisfacción de los clientes, así mismo, mayores serán las retribuciones en lo personal y en lo económico para la organización en su conjunto.

Referencias

- Annherys, P., Jaiham, H. & García J. (2015). Toma de decisiones: reto para crear ventajas competitivas en las distribuidoras de alimentos gourmet. *Desarrollo Gerencial*, 7(2), 100-118. <http://dx.doi.org/10.17081/dege.7.2.1183>
- Bracho-Parra, O. & García-Guiliany, J. E. (2011). Características personales del líder transformacional en las contralorías municipales del Estado Zulia. *Clío América*, 5(10), 182-203. <https://doi.org/10.21676/23897848.418>
- Cartagena Reino, C. A. (2014). *Diseño de un modelo de gestión de la calidad de servicio al cliente para la empresa “Agua Vida Nueva”, ubicada*

en el cantón Mera, Provincia de Pastaza [Tesis de Pregrado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Repositorio UCSG. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/1753/1/T-UCSG-PRE-ECO-MD-ADM-5.pdf>

- Durán, S., Crissien, J., Virviesca, J. & García, J. (2017). Estrategias gerenciales para la formación de equipos de trabajos en empresas constructoras del Caribe colombiano. *Revista Espacios*, 38(13). <https://www.revistaespacios.com/a17v38n13/a17v38n13p24.pdf>
- Durán, S., Parra, M. & Márceles, V. (2015). Potenciación de habilidades para el desarrollo de emprendedores exitosos en el contexto universitario. *Revista Opción*, 31(77), 200-215. <http://hdl.handle.net/11323/3251>
- García, J., Duran, S., Parra, M. & Márceles V. (2017). Dirección estratégica del talento humano para el fomento de valores en los cuerpos policiales venezolanos. *Revista Espacios*, 38(32). <http://www.revistaespacios.com/a17v38n32/a17v38n32p16.pdf>
- Gamboa Suárez, R. & Jiménez Rodríguez, L. (2016). Gestión del éxito organizacional como estrategia de valor para minimizar la reluctancia en pymes. *Desarrollo Gerencial Revista de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables de la Universidad Simón Bolívar-Colombia*, 8(1), 123-142. <http://revistas.unisimon.edu.co/index.php/desarrollogerencial/article/view/427/3713>
- Hernández Ariza, O. M. & Prieto Pulido, R. A. (2016). Cultura organizacional en cooperativas del sector agrícola—en el departamento del Atlántico. En G. Ziritt (Coord.), *Diálogo de saberes desde las Ciencias Económicas, Administrativas y Contables* (pp. 6-17). Fondo Editorial UNERMB
- Huayamave, G., Haro, F. & Córdova, N. (2015). MODELOS DE SATISFACCIÓN: UNA ALTERNATIVA VIABLE PARA MEJORAR LA RELACION CON LOS CLIENTES. *Gaceta Sansana*, 1(5), 58-73. <http://publicaciones.usm.edu.ec/index.php/GS/article/view/50>
- Ibarra Morales, L. E. & Casas Medina, E. V. (2015). Aplicación del Modelo Servpef en los centros de atención Telcel, Hermosillo: Una medición de la calidad en el servicio. *Contaduría y administración*, 60(1), 229-260. [https://doi.org/10.1016/S0186-1042\(15\)72153-4](https://doi.org/10.1016/S0186-1042(15)72153-4)

- Martínez-Ventura, J., Cardeño-Portela, E., Ramírez-Cardeno, W. & Durán, S. (2017). Liderazgo transformacional como estrategia de adaptación en la gestión logística empresarial. *Desarrollo gerencial*, 9(2), 140-157. <https://doi.org/10.17081/dege.9.2.2980>
- Parra, M., & Durán, S. (2014). Desarrollo organizacional y estrategias de tecnoformación en instituciones de educación superior colombianas. *Dictamen Libre*, (14-15), 14–23. <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.14-15.3127>
- Rodríguez, P. & Avila, C. (2017). *Gestión de un Plan Estratégico basado en el Modelo Disney para optimizar la calidad del servicio al cliente en Farmacias Keyla S.A en la zona norte de Guayaquil* [Tesis de Pregrado, Universidad Guayaquil]. Repositorio UG. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/22487/1/Tesis-Rodr%C3%ADguez%20-%20Avila.pdf>
- Polo, S. (2019). *Fortalecimiento de las áreas administrativas, comerciales y financieras de la empresa Benavides Soluciones Topográficas y Construcción en la ciudad de Sincelejo – Sucre*. [Tesis de Pregrado, Universidad del Sinu Elias Bechara].
- Prieto, R.; Emonet, P; García, J. & González, D. (2015). Cambio organizacional como estrategia de gestión en las empresas mixtas del sector petrolero. *Revista de Ciencias Sociales*, 21(3), 386-402. <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/1079/Cambio%20organizacional%20como%20estrategia%20de%20gesti%C3%B3n%20en%20las%20empresas%20mixtas%20del%20sector%20petrolero.pdf?sequence=1>
- Prieto, R. Burgos, C., García, J. & Rincón, Y. (2016). Mercadeo interno para optimizar la calidad de servicio en la Banca universal. *Revista venezolana de Gerencia*, 21(73), 102-119. <https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/1290>
- Prieto, R., García, J. & González, D. (2014). *Liderazgo Estratégico: factor de competitividad del Sector Industrial de la Región Caribe Colombiana* [ponencia]. I Congreso Internacional de Investigación Dr. Adolfo Calimán “Visión transdisciplinaria e integradora de la investigación”. https://www.researchgate.net/publication/319737259_Liderazgo_Estrategico_factor_de_competitividad_del_Sector_Industrial_de_la_Region_Caribe_Colombiana

- Santiago, J. (2012). *La Cultura de Trabajo de Disney*. Orlando, Florida: Disney Institute.
- Vásquez Alatorre, A. (2013). Interdependencia entre el liderazgo transformacional, cultura organizacional y cambio educativo: una reflexión. *REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 11(1), 73-91. <https://www.redalyc.org/pdf/551/55125665006.pdf>
- Velázquez, G. (2014). Perfil del líder y Dirección de las organizaciones mexicanas. *Desarrollo Gerencial*, 6(2), 180-206. <https://doi.org/10.17081/dege.6.2.473>