ISSN-L: 0798-1015 • eISSN: 2739-0071 (En línea)

REVISTA ESPACIOS

Vol. 46 (03) 2025 • May-Jun • Art. 6

Recibido/Received: 27/02/2025 • **Aprobado**/Approved: 15/04/2025 • **Publicado**/Published: 30/05/2025

DOI: 10.48082/espacios-a25v46n03p06

Liderazgo ágil y competitividad empresarial en una empresa de importación de accesorios automotrices de Lima, Perú

Agile Leadership and Business Competitiveness in an Automotive Accessories Import Company in Lima, Peru

TRIPUL CÓRDOVA, Cristhian S.[1]
MELÉNDEZ MENA, Susie J.[2]
TORRES VILLANUEVA, María C.[3]

Resumen
La investigación tuvo por objetivo determinar la relación entre el liderazgo ágil y la competitividad empresarial en una empresa de importación de accesorios automotrices. Metodología cuantitativa, diseño no experimental y muestra de 112 empleados. Los resultados evidenciaron una respuesta positiva en capacidad de adaptación (70.5%), en toma de decisiones (67.9%) y en satisfacción con la calidad del servicio (83%). Se concluyó que la implementación del liderazgo ágil optimiza la adaptabilidad, la innovación y la eficiencia operativa.
Palabras clave: Liderazgo ágil, Competitividad empresarial, Innovación organizacional

Abstract
The research aimed to determine the relationship between agile leadership and business competitiveness in an automotive accessories import company. The methodology used was quantitative, with a non-experimental design and a sample of 112 employees. The results showed positive responses in adaptability (70.5%) and decision-making (67.9%), as well as satisfaction with service quality (83%). The conclusion was that implementing agile leadership optimizes adaptability, innovation, and operational efficiency.
Key words: Agile leadership, Business competitiveness, Organizational innovation.

1. Introducción

El entorno empresarial actual enfrenta un dinamismo significativo, impulsado por la aceleración tecnológica, la globalización y las demandas cambiantes de los clientes. Este contexto exige que las organizaciones se adapten rápidamente para mantener su competitividad. En Lima-Perú, este desafío se intensifica debido a la alta concentración empresarial y la competencia agresiva que caracteriza al mercado local (Lagos, 2023). En este escenario, la empresa dedicada a la importación de accesorios para el sector automotriz ha evidenciado dificultades que limitan su crecimiento y sostenibilidad. Problemas como la falta de coordinación interna, los

[1] MBA – Administrador. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. cristhian.tripul@unmsm.edu.pe
[2] Jefa de marketing y gestión comercial. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. susie.melendez@unmsm.edu.pe
[3] Docente Universitaria. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. mtorresv1@unmsm.edu.pe

retrasos en la entrega de productos y el incumplimiento de las expectativas de los clientes han afectado su posicionamiento en el mercado. Estas debilidades internas reflejan la necesidad de implementar estrategias que fortalezcan la gestión y optimicen los procesos operativos (Diaz, 2023).

A medida que las empresas buscan soluciones innovadoras, el liderazgo ágil se posiciona como un enfoque prometedor. Este modelo fomenta la flexibilidad, la capacidad de respuesta al cambio y una mayor colaboración entre los equipos, características esenciales para enfrentar los retos actuales (Rialti y Filieri, 2024). En el caso de la empresa analizada, la incorporación de este enfoque podría ser clave para mejorar su competitividad empresarial, al tiempo que establece una cultura organizacional más dinámica y resiliente. Al respecto, Debellis *et al*., (2021) sostienen que el liderazgo ágil ha sido ampliamente reconocido como una herramienta esencial para mejorar la capacidad de adaptación y la innovación organizacional, especialmente en mercados dinámicos Estudios recientes destacan que este enfoque permite a las empresas mejorar la satisfacción del cliente y optimizar sus procesos internos, factores críticos para lograr ventajas competitivas sostenibles (Tominc *et al.,* 2023).

Investigaciones de Rialti y Filieri (2024) indicaron que la flexibilidad, capacidad de respuesta y colaboración en la gestión de proyectos mejoran con metodologías ágiles; destacaron que el liderazgo ágil impulsa la innovación, aprendizaje continuo y satisfacción laboral. Porkodi (2024) reveló que el liderazgo ágil fortalece la confianza interpersonal y desempeño organizacional, destacando su impacto en la innovación, trabajo en equipo y sostenibilidad, siendo clave para la mejora continua y competitividad empresarial. Santos *et al*., (2024) señalaron que la innovación tecnológica en el sector aeronáutico optimiza la calidad de productos y servicios y que su implementación mejora la percepción del cliente, aunque enfrenta barreras de adaptación. Tominc *et al.*, (2023b) enfatizaron que la integración de agilidad e inteligencia artificial en proyectos aumenta competitividad y productividad, además propusieron un modelo multidimensional para optimizar decisiones estratégicas en entornos dinámicos. Delıoğlu y Uysal (2023) destacaron que el liderazgo ágil facilita la transformación digital en PYMES y que su influencia permite fortalecer capacidades dinámicas, mejorar la flexibilidad y optimizar el rendimiento organizacional.

Kalvina y Ludviga (2024) incorporaron la agilidad estratégica como recurso clave en el sector público durante crisis y además resaltan que liderazgo y aprendizaje organizacional favorecen el compromiso laboral y bienestar del personal. Vaszkun y Sziráki (2023) señalaron que la agilidad organizacional depende de la interacción entre liderazgo, estructura y cultura, destacando su impacto en la toma de decisiones, innovación acelerada y competitividad empresarial. De y Medina (2024) indicaron que metodologías ágiles en educación superior potencian gestión de proyectos, trabajo en equipo y aprendizaje práctico, por lo que es importante en la preparación de estudiantes para entornos dinámicos. Kantidze (2023) reveló que la gestión de calidad impacta en la reputación organizacional, es así que un control de calidad efectivo reduce defectos, mejora entregas y fortalece la percepción del cliente. Dias y Tenera (2023) incorporaron el modelo APMI, integrando metodologías ágiles con gestión de carteras en aseguradoras, facilitando la adaptación al mercado, mejora alineación estratégica y optimiza coordinación interna.

Monsalve *et al.*, (2021) enfatizaron que la innovación organizacional influyó en la competitividad de MYPES durante la pandemia, siendo clave en la sostenibilidad y adaptabilidad ante crisis económicas. Freitas *et al.*, (2023) evidenciaron una relación positiva entre comportamiento organizacional y metodologías ágiles en aseguradoras, por lo que su adopción optimiza rendimiento y fomenta la adaptabilidad en mercados competitivos. Khan y Sarkar (2024) enfatizaron que el liderazgo digital requiere integración tecnológica y estrategias innovadoras, esto contribuye a optimizar su competitividad mediante redes digitales, realidad aumentada y metodologías ágiles en el sector minorista.

Farhan (2024) señaló que el liderazgo visionario y la mentalidad innovadora permiten a las organizaciones diferenciarse y fortalecer su competitividad, contribuyendo así al desarrollo sostenible empresarial. Aránega *et al.*, (2023) enfatizaron que el liderazgo emprendedor basado en la amabilidad surge en la era de la digitalización

y la post-pandemia del COVID-19, identificando competencias clave como el trabajo en equipo, la motivación y la toma de riesgos en la dirección empresarial. Tominc *et al*., (2023) sostienen que las organizaciones que combinan liderazgo ágil con metodologías innovadoras como Scrum o Kanban logran mejorar significativamente su posición en el mercado. Yela *et al.*, (2023) revelaron que la práctica de técnicas de meditación contribuirá al bienestar de los líderes, permitiéndoles mejorar su equilibrio emocional y fomentar la incorporación de innovaciones en sus hábitos diarios. Tandon *et al*., (2024) indicaron que la agilidad en el liderazgo es fundamental para la transformación organizacional, destacando mentalidades, competencias, estilos y funciones clave, aunque su implementación enfrenta desafíos significativos.

Abdeldayem y Aldulaimi (2024) señalaron que el liderazgo sostenible fortalece la resiliencia organizacional en el GCC, proponiendo el modelo 6C basado en tendencias macroeconómicas, sostenibilidad y nuevas perspectivas en teoría económica y organizacional. Nyberg *et al.*, (2025) indicaron que los líderes empresariales deben desarrollar agilidad, comunicación y confianza para afrontar crisis y transformar organizaciones, destacando lecciones extraídas de la pandemia de COVID-19. Keränen *et al.*, (2023) sostienen que el liderazgo integrador fortalece la identidad organizacional en empresas B2B conscientes, promoviendo valores éticos, compromiso con stakeholders y toma de decisiones equilibrada para un impacto sostenible. Buonocore *et al.*, (2024) señalaron que el liderazgo empresarial en la transformación digital requiere aprendizaje continuo, agilidad estratégica y co-innovación para gestionar cambios tecnológicos, escalabilidad y desafíos éticos en entornos dinámicos. Peña *et al.*, (2023) demostraron que la personalización de avatares de liderazgo impacta la percepción del empoderamiento y la conducta altruista, evidenciando cómo los estilos autoritarios reducen la generosidad en decisiones empresariales. Ubaka *et al*., (2023) reexaminaron el estándar de liderazgo en Estados Unidos, hallando percepciones más inclusivas y evidenciando una disminución del sesgo racial en la categorización del liderazgo empresarial. A partir de lo expuesto, se planteó como objetivo, determinar la relación del liderazgo ágil en la competitividad empresarial en una empresa de importación de accesorios automotrices de Lima- Perú.

1.1. Marco teórico

La teoría de Scrum y Liderazgo Ágil, creada por Jeff Sutherland y Ken Schwaber (1995), se basa en la gestión de proyectos mediante entregas iterativas e incrementales, promoviendo la adaptabilidad y mejora continua. Esta teoría sostiene que se establecen equipos autoorganizados, donde cada miembro asume responsabilidades y colabora activamente en la consecución de objetivos; por lo que su enfoque prioriza la flexibilidad, la transparencia y la rápida respuesta a cambios, optimizando los procesos y la entrega de valor (Quintero, 2021). Esta teoría sustenta que al fomentar líderes que actúan como facilitadores, promueven la autonomía del equipo y eliminan barreras para mejorar la eficiencia (Pierra *et al*., 2022).

Según Jain *et al*., (2024) el liderazgo ágil se caracteriza por elementos clave como la confianza, el empoderamiento, la adaptabilidad, la innovación, la alineación, la gestión de la resistencia y el mantenimiento del impulso, todos ellos fundamentales para una implementación ágil exitosa. Dentro de este enfoque, se identifican dimensiones esenciales que fortalecen la capacidad de una organización para enfrentar desafíos. Rialti y Filieri (2024) destacan tres dimensiones principales: la adaptabilidad, que permite ajustar estrategias y operaciones conforme a los cambios del entorno; la colaboración, que fomenta una comunicación abierta y el trabajo en equipo para la resolución innovadora de problemas; y la toma de decisiones rápidas, que optimiza la capacidad de reacción ante situaciones críticas, minimizando los tiempos de respuesta. Además, Porkodi (2024), sostiene que el liderazgo ágil impacta positivamente en la cohesión del equipo, la satisfacción laboral y la productividad, promoviendo una cultura de resiliencia organizacional clave para la competitividad.

La competitividad empresarial, por su parte, se define como la capacidad de una empresa para mantener y expandir su cuota de mercado, al mismo tiempo que aporta valor a sus clientes (Bate, 2023). Lagos (2023) identifica tres factores determinantes en la competitividad empresarial: la innovación, que impulsa la creación de productos y servicios diferenciadores; la eficiencia operativa, que permite optimizar procesos para reducir costos y aumentar la productividad; y la satisfacción del cliente, que garantiza la lealtad y el crecimiento del

mercado. La relación entre liderazgo ágil y competitividad empresarial se manifiesta en la capacidad de las empresas para integrar prácticas de adaptabilidad e innovación. Ramos-Rivadeneira y Jiménez-Toledo (2023) revelaron que la influencia de las tecnologías emergentes y la innovación desempeña un papel fundamental en el aumento de la productividad empresarial porque estas herramientas facilitan transformaciones significativas y el desarrollo continuo en los procesos de producción, permitiendo a las empresas adaptarse a nuevas dinámicas y optimizar su eficiencia operativa. Un elemento clave para el éxito tanto del liderazgo ágil como de la competitividad empresarial es la agilidad organizacional. Este concepto implica la capacidad de una empresa para responder rápidamente a cambios en su entorno, asegurando flexibilidad operativa e innovación estratégica. Según Chen *et al.*, (2022), la agilidad organizacional se sustenta en estructuras organizativas flexibles, procesos optimizados y una cultura que valora la innovación y la colaboración. Dentro de este marco, Mustofa y Tjahjono (2024) identifican tres elementos fundamentales: la cultura organizacional ágil, que fomenta la innovación y el aprendizaje continuo; la capacidad de respuesta, que permite reaccionar eficazmente ante cambios del mercado y una estructura flexible, que facilita la rápida adaptación de procesos y estrategias.

La innovación empresarial se erige como un motor esencial para la competitividad, permitiendo a las empresas mantenerse a la vanguardia en mercados dinámicos. Según Navas *et al.*, (2022) la inversión en innovación tecnológica mejora la eficiencia operativa y fortalece la capacidad de una empresa para satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes. La innovación empresarial abarca diversas dimensiones, como la innovación en productos y servicios, que introduce nuevas ofertas con valor diferencial; la innovación en procesos, que optimiza las operaciones para incrementar la eficiencia y reducir costos; y la innovación organizacional, que promueve cambios en la estructura y cultura de la empresa para fomentar la colaboración y la agilidad. En este contexto, Adhiatma *et al*., (2023) el liderazgo ágil desempeña un papel fundamental en la promoción de una mentalidad de experimentación y aprendizaje continuo; es decir, los líderes ágiles inspiran a sus equipos a asumir riesgos calculados y explorar nuevas ideas, impulsando la creatividad y la mejora constante. En conjunto, el liderazgo ágil, la competitividad empresarial, la agilidad organizacional y la innovación conforman un ecosistema dinámico que permite a las organizaciones no solo sobrevivir, sino también prosperar en entornos caracterizados por la volatilidad y la incertidumbre. La capacidad de adaptación, la eficiencia operativa y la innovación se consolidan como pilares esenciales para el éxito en la economía actual.

2. Metodología

La investigación se realizó en el ámbito de una empresa importadora de accesorios para el sector automotriz, especializada en la distribución de repuestos y componentes de alta calidad. Se caracteriza por su enfoque en la innovación y la satisfacción del cliente, abasteciendo tanto a talleres mecánicos como a minoristas. Sus resultados económicos muestran un crecimiento sostenido gracias a la demanda del mercado y su eficiente cadena de suministro.

En ese sentido, se propuso una investigación de enfoque cuantitativo, básica, con diseño no experimental, siendo el liderazgo ágil como variable independiente y la competitividad empresarial como variable dependiente. La población estuvo conformada por 160 empleados y directivos de la empresa en estudio. La muestra, determinada mediante la fórmula para poblaciones finitas, fue de 112 participantes, con un 95% de confianza y un 5% de margen de error, aplicando un muestreo probabilístico estratificado según nivel jerárquico.

Para la recolección de datos, se utilizó un cuestionario estructurado basado en una escala de Likert de 5 puntos, compuesto por 42 ítems distribuidos en seis dimensiones. Se realizó una prueba piloto con el 10% de la muestra para evaluar claridad y confiabilidad. Para la validación de contenido, cuatro expertos analizaron la relación entre variables, dimensiones e ítems mediante una lista de cotejo.

En cuanto a la fiabilidad, se aplicó el coeficiente Alfa de Cronbach, obteniendo 0.939 para liderazgo ágil y 0.969 para competitividad empresarial, indicando alta consistencia. Los instrumentos se distribuyeron mediante Google Forms y copias impresas para quienes no tenían acceso digital. El análisis de datos incluyó estadística

descriptiva e inferencial. Se aplicó el coeficiente de correlación de Pearson para evaluar la relación entre las dimensiones del liderazgo ágil y la competitividad empresarial y un análisis de regresión lineal múltiple para cuantificar su impacto en la adaptabilidad, innovación y satisfacción del cliente.

3. Resultados y discusión

Respecto a la variable liderazgo ágil, se enfatiza que en un entorno empresarial en constante cambio, la capacidad de una organización para responder con agilidad a las demandas del mercado, garantizar la satisfacción del cliente y superar barreras internas es fundamental para su éxito. Las empresas que logran adaptarse rápidamente y adoptar enfoques ágiles en su liderazgo pueden posicionarse de manera competitiva y mejorar su rendimiento; a través del análisis de tres dimensiones clave —capacidad de respuesta, satisfacción del cliente y calidad, y desafíos y barreras— se pueden identificar fortalezas y oportunidades de mejora dentro de la organización.

La Dimensión 1, capacidad de respuesta, evalúa la habilidad de la empresa para adaptarse a los cambios en el entorno empresarial. Los datos indican que la organización muestra una respuesta ágil y eficaz a las transformaciones del mercado, con un 70.5% de los encuestados que están de acuerdo o totalmente de acuerdo con esta afirmación. La toma rápida de decisiones por parte de los líderes también es reconocida, con un 67.9% de respuestas positivas.

Los equipos de ventas y otras áreas han demostrado flexibilidad en la modificación de sus objetivos y estrategias cuando las prioridades cambian, lo que es respaldado por un 69.6% de los encuestados. La agilidad en la respuesta a cambios en la demanda de los clientes es reconocida por un 66%, mientras que la capacidad de ajustar proyectos y estrategias de ventas en función de nuevas oportunidades de mercado cuenta con un 66.9% de respuestas favorables. Sin embargo, la evaluación frecuente de la capacidad de respuesta de la empresa recibe una valoración más baja, con un 63.4% de respuestas positivas, lo que indica una oportunidad de mejora en la revisión y optimización de procesos.

La Dimensión 2, satisfacción del cliente y calidad, mide la percepción de los clientes respecto a los productos y servicios de la empresa. La calidad del servicio en el área de ventas corporativas es bien valorada, con un 83% de respuestas positivas. La satisfacción general de los clientes con el servicio recibido alcanza un 72.3%, mientras que la efectividad en el uso de la retroalimentación para mejorar el servicio es reconocida por un 72.3%.

El índice de clientes recurrentes debido a la calidad del servicio es respaldado por un 74.9% de los encuestados, lo que sugiere una relación estable y de confianza con la clientela. Las políticas internas que garantizan la entrega de productos de alta calidad son percibidas favorablemente por un 71.4% de los participantes. La alineación del equipo de ventas con los estándares de calidad de la empresa obtiene un 75.8% de respuestas positivas, mientras que la percepción de los clientes sobre el equilibrio entre costo y calidad de los productos es validada por un 72.3%.

La Dimensión 3, desafíos y barreras, identifica los obstáculos internos que dificultan la implementación de estrategias ágiles dentro de la organización. La resistencia cultural al cambio es señalada por un 74.1% de los encuestados, mientras que la rigidez de las estructuras jerárquicas que dificultan la adopción de enfoques ágiles es mencionada por un 77.6%. La falta de claridad en roles y responsabilidades es una barrera para la comunicación eficaz, según el 61.6% de los encuestados.

Cuadro 1

Resultados de la variable liderazgo ágil

N°	DIMENSIONES/PREGUNTAS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Dimensión 1: Capacidad de Respuesta - Habilidad de una organización y sus líderes para adaptarse rápidamente a los cambios en el entorno empresarial, ajustando sus procesos y estructuras de manera eficaz para enfrentar nuevos desafíos y oportunidades. (Burnes, 2020)							
1	La organización se adapta de manera ágil y eficaz a los cambios del entorno del mercado y en las tendencias de la industria.	2.7% (3)	9.8% (11)	17.0% (19)	42.0% (47)	28.5% (32)	100% (112)
2	Los líderes promueven la toma rápida de decisiones ante situaciones imprevistas.	0.9% (1)	11.6% (13)	19.6% (22)	36.6% (41)	31.3% (35)	100% (112)
3	Los equipos de ventas y otras áreas modifican sus objetivos y estrategias fácilmente cuando cambian las prioridades.	0.9% (1)	10.7% (12)	18.8% (21)	47.3% (53)	22.3% (25)	100% (112)
4	La empresa responde de manera ágil a los cambios en la demanda de los clientes.	2.7% (3)	12.5% (14)	18.8% (21)	40.2% (45)	25.8% (29)	100% (112)
5	Los equipos ajustan rápidamente los proyectos y estrategias de ventas en función de nuevas oportunidades de mercado.	3.6% (4)	10.7% (12)	18.8% (21)	42.0% (47)	24.9% (28)	100% (112)
6	La organización evalúa frecuentemente su capacidad de respuesta ante situaciones cambiantes.	2.7% (3)	9.8% (11)	24.1% (27)	36.6% (41)	26.8% (30)	100% (112)
7	La empresa facilita que los empleados propongan soluciones rápidas ante desafíos.	6.3% (7)	7.1% (8)	21.4% (24)	38.4% (43)	26.8% (30)	100% (112)
Dimensión 2: Satisfacción del Cliente y Calidad - Se refiere a la evaluación de la calidad de los productos o servicios ofrecidos y su impacto en la satisfacción del cliente, siendo esta un reflejo de las prácticas ágiles de la organización (Kotler & Keller, 2016).							
8	La calidad del servicio en el área de ventas corporativas se ajusta a las expectativas del cliente.	1.8% (2)	4.5% (5)	10.7% (12)	54.5% (61)	28.5% (32)	100% (112)
9	Los clientes están satisfechos con el servicio de ventas corporativas que reciben de la organización.	1.8% (2)	3.6% (4)	22.3% (25)	48.2% (54)	24.1% (27)	100% (112)
10	La retroalimentación de los clientes es usada eficazmente para mejorar el servicio.	1.8% (2)	7.1% (8)	18.8% (21)	38.4% (43)	33.9% (38)	100% (112)
11	La empresa tiene un índice alto de clientes recurrentes debido a la calidad del servicio.	0.9% (1)	5.4% (6)	18.8% (21)	49.1% (55)	25.8% (29)	100% (112)
12	Las políticas internas garantizan la entrega permanente de productos de alta calidad: automotriz, seguridad vial, seguridad industrial, electrónica, ferretería y limpieza.	1.8% (2)	3.6% (4)	23.2% (26)	41.1% (46)	30.3% (34)	100% (112)
13	El equipo de ventas corporativas está alineado con los estándares de calidad establecidos por la empresa.	1.8% (2)	6.3% (7)	16.1% (18)	44.6% (50)	31.2% (35)	100% (112)
14	Los clientes perciben un balance adecuado entre el costo y la calidad de los productos de las categorías.	0.9% (1)	5.4% (6)	21.4% (24)	41.1% (46)	31.2% (35)	100% (112)
Dimensión 3: Desafíos y Barreras - La identificación de resistencias culturales y la existencia de estructuras organizacionales tradicionales son cruciales para entender los obstáculos en el proceso de cambio. Estas resistencias suelen surgir de la aversión al cambio y de las costumbres arraigadas que han prevalecido a lo largo del tiempo en la organización. (Dikert *et al*., 2016)							
15	La cultura organizacional se resiste a cambios significativos en los procesos.	3.6% (4)	8.0% (9)	14.3% (16)	49.1% (55)	25.0% (28)	100% (112)
16	Las estructuras jerárquicas rígidas dificultan la implementación de estrategias ágiles.	0.0% (0)	5.4% (6)	17.0% (19)	45.5% (51)	32.1% (36)	100% (112)
17	La claridad de roles y responsabilidades limita la comunicación eficaz entre equipos.	0.9% (1)	11.6% (13)	25.9% (29)	36.6% (41)	25.0% (28)	100% (112)
18	La disponibilidad de recursos técnicos afecta la adopción de nuevas tecnologías en la organización.	0.9% (1)	9.8% (11)	20.5% (23)	37.5% (42)	31.3% (35)	100% (112)
19	Los colaboradores sienten que la implementación del nuevo programa SAP genera incertidumbre en sus funciones.	5.4% (6)	11.6% (13)	27.7% (31)	34.8% (39)	20.5% (23)	100% (112)
20	Los procesos burocráticos dificultan la implementación de nuevas ideas o estrategias en la organización.	0.9% (1)	8.9% (10)	17.0% (19)	36.6% (41)	36.6% (41)	100% (112)
21	La resistencia al cambio en ciertas áreas impide la implementación ágil de nuevos proyectos.	0.0% (0)	11.6% (13)	17.0% (19)	37.5% (42)	33.9% (38)	100% (112)

Otro desafío identificado es la disponibilidad de recursos técnicos para la adopción de nuevas tecnologías, que es considerada una limitación por el 68.8% de los participantes. Además, el 55.3% percibe incertidumbre en sus funciones debido a la implementación del nuevo programa SAP, lo que sugiere la necesidad de estrategias de

gestión del cambio más efectivas. Los procesos burocráticos que obstaculizan la implementación de nuevas ideas son señalados como una barrera por el 73.2% de los encuestados. Finalmente, la resistencia al cambio en ciertas áreas de la organización afecta la ejecución ágil de nuevos proyectos, según el 71.4% de los participantes.

Cuadro 2

Resultados de la variable competitividad empresarial

N°	DIMENSIONES/PREGUNTAS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Dimensión 1: Adaptabilidad Empresarial – capacidad de una organización para ajustarse a cambios en su entorno interno y externo, como nuevas tecnologías, tendencias del mercado, regulaciones, o cambios en las preferencias de los consumidores. (Dyer *et al.*, 2019)							
1	La organización se adapta rápidamente a los cambios del entorno competitivo.	0.9% (1)	11.6% (13)	17.0% (19)	38.4% (43)	32.1% (36)	100% (112)
2	Los recursos de la empresa se ajustan ágilmente para satisfacer las nuevas demandas del mercado.	0.0% (0)	13.4% (15)	14.3% (16)	44.6% (50)	27.7% (31)	100% (112)
3	Las decisiones estratégicas se adaptan rápidamente a las oportunidades emergentes.	0.9% (1)	8.9% (10)	20.5% (23)	42.0% (47)	27.7% (31)	100% (112)
4	La organización prioriza cambios en su enfoque en respuesta a crisis económicas o fluctuaciones del mercado.	0.9% (1)	7.1% (8)	17.9% (20)	45.5% (51)	28.6% (32)	100% (112)
5	Los líderes promueven una cultura de adaptación ante desafíos externos.	1.8% (2)	8.9% (10)	23.2% (26)	42.9% (48)	23.2% (26)	100% (112)
6	La organización revisa periódicamente su capacidad de adaptación y la flexibilidad ante los desafíos externos.	0.9% (1)	15.2% (17)	22.3% (25)	35.7% (40)	25.9% (29)	100% (112)
7	Se fomenta el uso de tecnologías emergentes para mantener la competitividad.	0.9% (1)	13.4% (15)	18.8% (21)	37.5% (42)	29.5% (33)	100% (112)
Dimensión 2: Innovación - Evalúa la capacidad de la empresa para mejorar sus procesos, desarrollar nuevos modelos de negocio y adaptarse a los cambios del mercado, con el fin de mantener su competitividad en un entorno dinámico. (Schilling, 2020)							
8	La organización destina recursos considerables al desarrollo de nuevos procesos operativos y sistemas tecnológicos.	2.7% (3)	10.7% (12)	21.4% (24)	37.5% (42)	27.7% (31)	100% (112)
9	Los ingresos generados a partir de la implementación de nuevos procesos de ventas con el sistema SAP han mostrado un crecimiento constante en los últimos años.	0.0% (0)	9.8% (11)	20.5% (23)	46.4% (52)	23.2% (26)	100% (112)
10	La organización tiene una cultura que fomenta la creatividad, la innovación y mejoras en los procesos ya existentes.	1.8% (2)	10.7% (12)	22.3% (25)	41.1% (46)	24.1% (27)	100% (112)
11	La organización utiliza el sistema SAP para optimizar sus procesos comerciales y operativos.	0.0% (0)	8.9% (10)	21.4% (24)	40.2% (45)	29.5% (33)	100% (112)
12	Los nuevos procesos implementados han resultado en una mejora significativa de la competitividad de la empresa en el mercado.	0.0% (0)	12.5% (14)	17.9% (20)	43.8% (49)	25.9% (29)	100% (112)
13	La organización forma alianzas estratégicas con otras organizaciones para la creación de soluciones innovadoras que mejoren sus procesos y sistemas.	0.9% (1)	9.8% (11)	20.5% (23)	44.6% (50)	24.1% (27)	100% (112)
14	Existen mecanismos formales para recopilar y evaluar sugerencias de innovación en procesos de todos los niveles de la organización.	0.0% (0)	5.4% (6)	16.1% (18)	44.6% (50)	33.9% (38)	100% (112)
Dimensión 3: Satisfacción del Cliente - No solo afecta la lealtad, sino también el boca a boca positivo, lo cual puede influir en la adquisición de nuevos clientes. (González & Martínez, 2021)							
15	El equipo de Atención al cliente resuelve los problemas de los clientes de manera efectiva.	1.8% (2)	4.5% (5)	22.3% (25)	40.2% (45)	31.3% (35)	100% (112)
16	La empresa tiene el conocimiento adecuado para resolver los requerimientos de los clientes.	0.9% (1)	8.9% (10)	14.3% (16)	44.6% (50)	31.3% (35)	100% (112)
17	La organización tiene las herramientas necesarias para resolver requerimientos de los clientes.	0.0% (0)	7.1% (8)	20.5% (23)	45.5% (51)	26.6% (30)	100% (112)
18	El equipo de Atención al cliente hace seguimiento a los problemas reportados y da una respuesta en el tiempo establecido.	0.9% (1)	6.3% (7)	17.0% (19)	47.3% (53)	28.6% (32)	100% (112)
19	Los clientes muestran satisfacción general con el servicio ofrecido por la empresa.	0.9% (1)	8.9% (10)	14.3% (16)	44.6% (50)	31.3% (35)	100% (112)
20	Los clientes recomiendan a otros los productos o servicios de la empresa.	0.9% (1)	8.9% (10)	14.3% (16)	44.6% (50)	31.3% (35)	100% (112)
21	La empresa realiza una medición de las quejas y sugerencias que los clientes realizan.	0.0% (0)	7.1% (8)	20.5% (23)	45.5% (51)	26.4% (30)	100% (112)

En conclusión, la empresa muestra una capacidad de respuesta significativa ante los cambios del mercado, aunque podría fortalecer la evaluación continua de su agilidad. La satisfacción del cliente es alta, respaldada por la calidad del servicio y la fidelización de clientes recurrentes. Sin embargo, la existencia de barreras

organizacionales, como estructuras rígidas y procesos burocráticos, limita la implementación ágil de nuevas estrategias. Para mejorar su competitividad, la empresa debe enfocarse en la optimización de sus procesos internos, la gestión del cambio y la reducción de obstáculos estructurales que impiden la adopción de prácticas más dinámicas y eficientes.

Respecto a la variable competitividad empresarial, es importante la capacidad de una organización para adaptarse a los cambios, fomentar la innovación y garantizar la satisfacción del cliente son factores determinantes para su sostenibilidad. La rápida evolución de la tecnología, las fluctuaciones del mercado y las expectativas cambiantes de los consumidores exigen que las empresas desarrollen estrategias eficaces para mantenerse competitivas. El análisis de tres dimensiones clave permite identificar fortalezas y áreas de mejora dentro de la organización en cuanto a su capacidad de adaptación, su enfoque en la innovación y la percepción de satisfacción de sus clientes.

La Dimensión 1, adaptabilidad empresarial, mide la capacidad de la empresa para ajustarse a cambios en su entorno. Los resultados muestran que la organización responde con agilidad a las fluctuaciones del mercado y nuevas oportunidades estratégicas. Un 70.5% de los participantes está de acuerdo o totalmente de acuerdo en que la empresa se adapta rápidamente a los cambios, mientras que solo un 12.5% expresa desacuerdo. Asimismo, la flexibilidad en la asignación de recursos para satisfacer nuevas demandas del mercado es reconocida por un 72.3% de los encuestados.

En términos de toma de decisiones estratégicas, el 69.7% de los participantes considera que la organización responde rápidamente a las oportunidades emergentes. Además, ante crisis económicas o fluctuaciones del mercado, el 74.1% percibe que la empresa ajusta su enfoque para afrontar estos desafíos. Sin embargo, en cuanto a la revisión periódica de la capacidad de adaptación, la percepción es menos favorable, con un 61.6% de respuestas positivas. Finalmente, en lo que respecta a la integración de tecnologías emergentes para mantener la competitividad, el 67% de los encuestados considera que la empresa fomenta su uso.

La Dimensión 2, innovación, evalúa el nivel de inversión de la empresa en mejorar sus procesos, desarrollar nuevos modelos de negocio y adaptarse a las tendencias del mercado. Un 65.2% de los encuestados está de acuerdo o totalmente de acuerdo en que la organización destina recursos considerables a nuevos procesos operativos y sistemas tecnológicos. La implementación del sistema SAP ha generado ingresos crecientes, con un 69.6% de respuestas favorables. Además, el 65.2% de los participantes considera que la empresa fomenta una cultura de creatividad e innovación dentro de sus procesos.

El uso del sistema SAP también se percibe como una herramienta clave para la optimización de los procesos comerciales y operativos, con un 69.7% de acuerdo. La mejora en la competitividad gracias a los nuevos procesos es reconocida por un 69.7% de los encuestados. En términos de alianzas estratégicas para la innovación, el 68.7% considera que la empresa se asocia con otras organizaciones para generar soluciones innovadoras. Además, la existencia de mecanismos formales para recopilar y evaluar sugerencias de innovación es respaldada por un 78.5% de los encuestados.

La Dimensión 3, satisfacción del cliente, mide la percepción de los usuarios respecto a la capacidad de la empresa para atender sus necesidades. La efectividad del equipo de atención al cliente es reconocida por un 71.5% de los encuestados. Además, el 75.9% considera que la empresa tiene el conocimiento necesario para resolver los requerimientos de los clientes. La disponibilidad de herramientas adecuadas para atender sus necesidades es destacada por un 72.1%.

El seguimiento de los problemas reportados por los clientes es bien valorado, con un 75.9% de respuestas favorables. La satisfacción general con el servicio ofrecido por la empresa se mantiene en niveles altos, con un

75.9% de acuerdo. En cuanto a la recomendación de los productos o servicios de la empresa, el 75.9% de los encuestados considera que los clientes los recomiendan a otros. Finalmente, la medición de quejas y sugerencias se percibe como una práctica frecuente, con un 72.1% de respuestas favorables.

La empresa demuestra una capacidad significativa para adaptarse a cambios en el entorno, aunque podría fortalecer la revisión constante de su flexibilidad. La innovación es un aspecto positivo dentro de la organización, con una cultura que promueve la creatividad y la optimización de procesos mediante herramientas tecnológicas. La satisfacción del cliente se mantiene en niveles altos, con una atención efectiva y herramientas adecuadas para resolver sus requerimientos. Sin embargo, seguir mejorando en la evaluación de la adaptabilidad y fortalecer las alianzas estratégicas para la innovación podrían consolidar aún más su posición competitiva en el mercado.

En relación a la hipótesis

Hi: El liderazgo ágil se relaciona significativamente en la competitividad empresarial de la empresa.

Ho: El liderazgo ágil no se relaciona significativamente en la competitividad empresarial de la empresa.

Cuadro 5
Correlación entre el liderazgo ágil
y la competitividad empresarial

			Liderazgo_Agil	Competitividad Empresarial
Rho De Spearman	Liderazgo_Agil	Coeficiente Correlación	De1,000	,610
		Sig. (Bilateral)	.	,000
		N	112	112
	Competitividad Empresarial	Coeficiente Correlación	De,610	1,000
		Sig. (Bilateral)	,000	.
		N	112	112

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Según el cuadro 5, se mostró que en la prueba de Rho de Spearman se logró un nivel de correlación bilateral de 0,610, lo que significó que la correlación entre liderazgo ágil y competitividad empresarial fue fuerte; es decir, logró una relación directa, además se encontró que la significancia tuvo un valor P de .00 que fue menor a .05, lo que significó que la hipótesis se aceptó. En la investigación se evidenció que el liderazgo ágil correlaciona positivamente con la competitividad de la empresa. Este hallazgo se alinea con las afirmaciones de autores como Rialti y Filieri (2024), quienes sugieren que el liderazgo ágil mejora la flexibilidad y la capacidad de respuesta en entornos empresariales dinámicos. Al referirse a la importancia de la adaptabilidad, Delıoğlu y Uysal (2023) enfatizan que, en contextos de transformación digital, la agilidad organizacional es esencial para navegar en un entorno cambiante. Esto se refleja en los resultados de la investigación, donde se observó que un alto porcentaje de empleados muestran la importancia de la adaptabilidad y también altos niveles de competitividad. Esta conexión resalta cómo la capacidad de respuesta ante los cambios del mercado es importante para mantener una ventaja competitiva.

Discusión

La capacidad de respuesta, la innovación y la satisfacción del cliente son elementos fundamentales en la competitividad empresarial, influenciados directamente por el liderazgo ágil. Los resultados del estudio reflejan que la empresa evaluada muestra un alto nivel de adaptabilidad, con un 70.5% de los encuestados considerando que la organización se ajusta eficazmente a los cambios del mercado y un 69.7% señalando que las decisiones estratégicas responden rápidamente a oportunidades emergentes. Sin embargo, la evaluación periódica de la capacidad de adaptación es percibida como menos frecuente, con solo un 61.6% de respuestas favorables. Este

hallazgo se alinea con lo indicado por Rialti y Filieri (2024), quienes demostraron que la flexibilidad y la capacidad de respuesta mejoran con metodologías ágiles, impulsando la innovación y la satisfacción laboral.

El liderazgo ágil dentro de la organización es clave para la toma rápida de decisiones, ya que un 67.9% de los encuestados considera que los líderes fomentan este enfoque. La capacidad de los equipos de ventas y otras áreas para modificar sus objetivos y estrategias ante cambios en las prioridades es reconocida por un 69.6%. Sin embargo, la evaluación constante de la capacidad de respuesta ante situaciones cambiantes tiene una percepción menos favorable, con solo un 63.4% de respuestas positivas. Según Vaszkun y Sziráki (2023), la interacción entre liderazgo, estructura y cultura organizacional es crucial para mejorar la toma de decisiones e impulsar la innovación acelerada. Esta afirmación es relevante para la empresa, ya que la existencia de procesos burocráticos es señalada por un 73.2% de los encuestados como una barrera para la implementación de nuevas ideas.

En términos de satisfacción del cliente y calidad, la percepción de los encuestados es mayormente positiva. Un 83% considera que la calidad del servicio en ventas corporativas se ajusta a las expectativas del cliente, mientras que un 72.3% afirma que la empresa usa eficazmente la retroalimentación para mejorar el servicio. La fidelización de clientes es alta, con un 74.9% de respuestas indicando que la calidad del servicio impulsa la recurrencia de clientes. Estos resultados concuerdan con los hallazgos de Kantidze (2023), quien destacó que la gestión de calidad impacta directamente en la reputación organizacional, fortaleciendo la percepción del cliente. Asimismo, Santos *et al*., (2024) señalaron que la innovación tecnológica mejora la percepción del cliente, aunque enfrenta barreras de adaptación, lo cual se refleja en la organización evaluada, donde la implementación del sistema SAP genera incertidumbre para el 55.3% de los colaboradores.

Los desafíos organizacionales siguen siendo un punto crítico dentro de la empresa. Un 74.1% de los encuestados considera que la cultura organizacional muestra resistencia al cambio, mientras que un 77.6% señala que las estructuras jerárquicas rígidas dificultan la implementación de estrategias ágiles. La falta de claridad en roles y responsabilidades también es mencionada por un 61.6% como un factor que limita la comunicación eficaz entre equipos. Estos datos se relacionan con lo planteado por Delıoğlu y Uysal (2023), quienes enfatizaron que el liderazgo ágil facilita la transformación digital en las PYMES, mejorando la flexibilidad organizacional. A pesar de estos desafíos, un 72.3% de los encuestados percibe un balance adecuado entre el costo y la calidad de los productos, lo que respalda la competitividad de la empresa en el mercado.

En cuanto al uso de metodologías ágiles, los estudios de Tominc *et al*., (2023) sostienen que las organizaciones que combinan liderazgo ágil con metodologías innovadoras, como Scrum o Kanban, logran mejorar significativamente su posición en el mercado. Esta afirmación se refleja en la empresa evaluada, donde el 78.5% de los encuestados reconoce la existencia de mecanismos formales para recopilar y evaluar sugerencias de innovación en todos los niveles. Sin embargo, la resistencia al cambio en ciertas áreas impide la implementación ágil de nuevos proyectos, según un 71.4% de los encuestados, lo que indica la necesidad de fortalecer estrategias de gestión del cambio.

La literatura reciente refuerza la importancia de la agilidad en el liderazgo y la estructura organizacional. Kalvina y Ludviga (2024) incorporaron la agilidad estratégica como recurso clave en el sector público durante crisis, destacando que el liderazgo y el aprendizaje organizacional favorecen el compromiso laboral y el bienestar del personal. Este punto es relevante para la empresa evaluada, ya que un 75.9% de los encuestados considera que la empresa tiene el conocimiento adecuado para resolver los requerimientos de los clientes, pero la burocracia sigue siendo una barrera para el desarrollo ágil de nuevas estrategias. Tandon *et al*., (2024) enfatizaron que la agilidad en el liderazgo es fundamental para la transformación organizacional, aunque su implementación enfrenta desafíos estructurales, un aspecto que se evidencia en la empresa en cuestión.

Por otro lado, Khan y Sarkar (2024) señalaron que la integración tecnológica y estrategias innovadoras contribuyen a optimizar la competitividad empresarial. En este sentido, la organización evaluada ha implementado el sistema SAP para optimizar sus procesos comerciales y operativos, con un 69.7% de aceptación, aunque aún enfrenta barreras de adaptación interna. Farhan (2024) destacó que el liderazgo visionario y la mentalidad innovadora permiten a las organizaciones diferenciarse y fortalecer su competitividad, contribuyendo al desarrollo sostenible empresarial. Esta idea se refuerza en la organización estudiada, donde el 65.2% de los encuestados respalda la cultura de creatividad y mejoras en procesos existentes.

Por consiguiente, la interacción entre liderazgo, estructura organizacional y cultura empresarial tiene un impacto significativo en la competitividad. Dias y Tenera (2023) señalaron que la integración de metodologías ágiles en la gestión de carteras facilita la adaptación al mercado y optimiza la coordinación interna. En el caso de la empresa evaluada, aunque la flexibilidad y la innovación son percibidas positivamente, la resistencia cultural y los procesos burocráticos siguen representando desafíos clave. Nyberg *et al*., (2025) destacaron que los líderes empresariales deben desarrollar agilidad, comunicación y confianza para afrontar crisis y transformar organizaciones, lo que sugiere la necesidad de reforzar la preparación de los líderes de la empresa en estudio para optimizar su competitividad.

Es así que la empresa presenta una fuerte orientación hacia la innovación y la satisfacción del cliente, pero enfrenta retos en la agilidad organizacional debido a estructuras rígidas y resistencia al cambio. La literatura revisada respalda la importancia del liderazgo ágil en la transformación digital y la optimización del desempeño organizacional. Para mejorar su competitividad, la empresa debe enfocarse en reducir la burocracia interna, fortalecer la gestión del cambio y mejorar la comunicación y flexibilidad en sus procesos estratégicos. La implementación de metodologías ágiles y el liderazgo visionario serán claves para consolidar su posición en el mercado y aumentar su capacidad de respuesta ante los desafíos del entorno.

Por lo tanto, la evidencia acumulada de diferentes estudios académicos y el análisis realizado en la empresa, lleva a concluir que un enfoque de liderazgo ágil, acompañado de una cultura de aprendizaje y adaptabilidad, es importante para el crecimiento y sostenibilidad de la empresa, y para mejorar su capacidad de innovar y responder ante un mercado cada vez más exigente y volátil. Esto resalta la importancia de que las empresas, especialmente en sectores como el automotriz, tomen decisiones estratégicas que integren el liderazgo ágil con innovaciones tecnológicas y una sólida colaboración entre equipos, consolidando así su competitividad en el entorno actual.

4. Conclusiones

De acuerdo a los hallazgos, empresas como la analizada en esta investigación deben implementar estrategias que fortalezcan la cultura de innovación y el liderazgo ágil, mediante el fortalecimiento de capacidades de los líderes en metodologías ágiles para mejorar la adaptabilidad y la satisfacción del cliente; para ello, las empresas deberían establecer programas de formación continua para fomentar un ambiente de trabajo colaborativo y dinámico, donde se valore la retroalimentación y se promuevan decisiones rápidas. Además, se recomienda investigar la incorporación de herramientas digitales que faciliten la gestión de proyectos y la comunicación dentro de los equipos, así como el desarrollo de políticas que minimicen la resistencia al cambio.

Este estudio se centró únicamente en un contexto empresarial específico en Lima, lo que podría limitar la generalización de los resultados a otros sectores o regiones.

Para futuras líneas de investigación se propone la necesidad de investigar cómo el liderazgo ágil puede implementarse en diferentes contextos organizacionales y su efecto en la transformación digital. Sería valioso explorar la relación entre el liderazgo ágil y otros factores, como la innovación tecnológica y la gestión del cambio,

así como su impacto sobre la cultura organizacional. Otra línea de investigación propuesta es el análisis comparativo entre empresas de diferentes sectores para evaluar la efectividad del liderazgo ágil en diversos entornos. También se recomienda examinar el rol de las plataformas digitales en la facilitación de los procesos ágiles y la colaboración en equipos de trabajo, así como el impacto de estos métodos en la satisfacción y retención del talento.

En conclusión, el estudio sobre la relación entre el liderazgo ágil y la competitividad empresarial en una empresa importadora del sector automotriz demuestra que adoptar un enfoque ágil puede ser determinante para superar los retos en un entorno empresarial dinámico como el de Lima- Perú. Los resultados obtenidos sugieren que un liderazgo que promueve la adaptabilidad y la colaboración mejora la satisfacción del cliente y potencia la competitividad organizacional.

La investigación resalta que la flexibilidad y la capacidad de respuesta son factores críticos en contextos de cambio continuo, confirmando las afirmaciones de diversos autores sobre la importancia del liderazgo ágil en la innovación y la eficiencia operativa. No obstante, se identificaron desafíos significativos, como la resistencia al cambio y las estructuras organizativas rígidas, que limitan el aprovechamiento de este enfoque; estos obstáculos, alineados con la literatura existente, enfatizan la necesidad de transformar la cultura organizacional y optimizar los procesos internos para facilitar la implementación del liderazgo ágil, fomentando un entorno más dinámico y receptivo. Con base en estos hallazgos, es esencial que la empresa priorice la capacitación de sus líderes en metodologías ágiles y promueva una cultura de aprendizaje continuo; al hacerlo, fortalecerá su capacidad para adaptarse a las demandas del mercado y cimentará una estructura organizacional más resiliente y eficiente, de esta manera, se augura un camino hacia un crecimiento sostenido y una mejora significativa en su posicionamiento competitivo en el sector automotriz.

Referencias bibliográficas

Abdeldayem**,** M. y Aldulaimi, S. (2024). Sustainable leadership and sustainability: Insights from the GCC. En *Information and communication technology in technical and vocational education and training for sustainable and equal opportunity* (pp. 401–411). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-49688-1_27

Adhiatma, A., Fachrunnisa, O., Nurhidayati, & Rahayu, T. (2023). Creating digital ecosystem for small and medium enterprises: the role of dynamic capability, agile leadership and change readiness. Journal of Science and Technology Policy Management, 14(5), 941–959. https://doi.org/10.1108/JSTPM-12-2020-0171/FULL/XML

Bate, A. F. (2023). Achieving Competitive Advantage through Strategic Positioning: Harvard Business Review Insights. An Overview on Business, Management and Economics Research Vol. 4, 90–101. https://doi.org/10.9734/BPI/AOBMER/V4/6522C

Beatriz, S., & Mazabel, D. (2024). La Importancia Del Liderazgo En La Gestión Empresarial. YACHAQ, 7(1), 175–186. https://doi.org/10.46363/YACHAQ.V7I1.9

Buonocore, F., Annosi, M. C., Gennaro, D., y Riemma, F. (2024). Digital transformation and social change: Leadership strategies for responsible innovation. *Journal of Engineering and Technology Management, 74*, 101843. https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2024.101843

Chen, X., Chen, X., Chang, V., Chang, V., Baudier, P., Baudier, P., Tee, K., & Tee, K. (2022). The Impacts of the CEO's Network Effect on Digitalization and Agile Leadership in China. International Conference on Finance, Economics, Management and IT Business. https://doi.org/10.5220/0011049400003206

Díaz, S. B. (2023). La importancia del liderazgo en la gestión empresarial. Yachaq, 7(1), 175–186. https://doi.org/10.46363/yachaq.v7i1.9

De, S., & Medina, L. C. (2024). Implementación de Metodologías Ágiles en Proyectos Tecnológicos Educativos de Nivel Superior: Implementation of Agile Methodologies in Higher level Educational Technological Projects. LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, 5(5), 3942-3952–3942 – 3952. https://doi.org/10.56712/LATAM.V5I5.2902

Debellis, F., Massis, A. De, Petruzzelli, A. M., Frattini, F., & Giudice, M. Del. (2021). Strategic agility and international joint ventures: The willingness-ability paradox of family firms. Journal of International Management, 27(1), 100739. https://doi.org/10.1016/J.INTMAN.2020.100739

Delıoğlu, N., & Uysal, B. (2023). A Review on Agile Leadership and Digital Transformation. Yildiz Social Science Review, 8(2), 121–128. https://doi.org/10.51803/yssr.1188173

Dias, V. F., & Tenera, A. B. (2023). An agile portfolio management model for the insurance sector: the APMI model. International Journal of Information Systems and Project Management, 11(2), 81–99. https://doi.org/10.12821/ijispm110204

Farhan, B. Y. (2024). Visionary leadership and innovative mindset for sustainable business development: Case studies and practical applications. *Research in Globalization, 8*, 100219. https://doi.org/10.1016/j.resglo.2024.100219

Freitas, R. R., Antonio, /, & Huachaca, R. (2023). Comportamiento organizacional y metodologías ágiles en una entidad aseguradora, sede San Isidro (Lima- Perú), 2022. Revista Industrial Data, 26(2), 119–134. https://doi.org/10.15381/idata.v26i2.24826

Jain, A., Kamat, S., Saini, V., Singh, A., Whig, P., Jain, A., Kamat, S., Saini, V., Singh, A., & Whig, P. (2024). Agile Leadership: Navigating Challenges and Maximizing Success. Https://Services.Igi-Global.Com/Resolvedoi/Resolve.Aspx?Doi=10.4018/979-8-3693-3318-1.Ch003, 32–47. https://doi.org/10.4018/979-8-3693-3318-1.CH003

Kalvina, A., & Ludviga, I. (2024). Organizational Agility During Crisis: Do Employees' Perceptions of Public Sector Organizations' Strategic Agility Foster Employees' Work Engagement and Well-being? Employee Responsibilities and Rights Journal, 36, 209–229. https://doi.org/10.1007/s10672-023-09442-9

Kantidze, M. (2023). The importance of quality management and its impact on the organization's reputation. The New Economist, 18(1), 59–2. https://doi.org/10.36962/NEC18012023-59

Keränen, A., Malmi, K., Nätti, S. y Ulkuniemi, P. (2023). Developing identity of conscientious business-to-business organizations through integrative leadership. *Industrial Marketing Management, 109*, 188-203. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2023.01.007

Khan, M. R., y Sarkar, U. (2024). Business leadership in the digital age: IKEA's story in the retail and consumer sector. *Global Research in Engineering and Technology Systems, 9*, 100081. https://doi.org/10.1016/j.grets.2024.100081

Lagos, N. M. (2023). Estándares de los sistemas de gestión de innovación, una respuesta a la competitividad empresarial. SIGNOS - Investigación En Sistemas de Gestión, 15(1). https://doi.org/10.15332/24631140.8264

Monsalve, G., Jhoana, J., Ramírez, T., Adilson, I., Tarrillo, C., & Joel, J. (2021). Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19. Comuni@cción: Revista de Investigación En Comunicación y Desarrollo, 12(2), 99–110. https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.2.500

Mustofa, A., & Tjahjono, H. K. (2024). Improving organizational agility through ethical leadership, employee job satisfaction and Islamic OCB. Asian Journal of Business Research, 14(2), 130. https://doi.org/10.14707/ajbr.240176

Navas, W. H., Verónica, A.-E., Aquieta, P., Brandon, L.-E., Izurieta, A., Casa, A. M., Morelia, L.-E., & Chiliquinga, A. (2022). La innovación tecnológica y su incidencia en la competitividad empresarial, caso de estudio. LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, 3(2), 1297–1311. https://doi.org/10.56712/LATAM.V3I2.185

Nyberg, A., Collings, D., McMackin, J. y Wright, P. (2025). Modern day leadership: Are we getting the business leaders that we deserve? *Human Resource Management Review, 35*(2), 101072. Elsevier. https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2024.101072

Peña, J., Aridi, M., y Falin, J. (2023). Virtual leaders: Can customizing authoritarian and democratic business leader avatars influence altruistic behavior and leadership empowerment perceptions? *Computers in Human Behavior, 141*, 107616. https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107616

Pierra, A., Cáceres, H., Perdomo, Y., Hernández, Y., & Montesinos, R. (2022). Adopción de una cultura Ágil en el desarrollo de proyectos de aplicaciones para Internet en Cuba. Revista Cubana de Ciencias Informáticas, 16(4), 18-34. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2227-18992022000400018&lng=es&tlng=es.

Porkodi, S. (2024a). The effectiveness of agile leadership in practice: A comprehensive meta-analysis of empirical studies on organizational outcomes. Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation, 20(2), 117–138. https://doi.org/10.7341/20242026

Quintero, L. B. (2021). Implementación y práctica de SCRUM en la asignatura de formulación y evaluación de proyectos en la facultad de ciencias económicas y administrativas de la Universidad El Bosque. Panorama, 15(29), 127-140. https://doi.org/10.15765/pnrm.v15i29.2538

Ramos-Rivadeneira, D. X., & Jiménez-Toledo, J. A. (2023). La innovación desde las tecnologías emergentes para la competitividad empresarial. Gestión y Desarrollo Libre, 9(17), 1–14. https://doi.org/10.18041/2539-3669/gestionlibre.17.2024.11052

Rialti, R., & Filieri, R. (2024a). Leaders, let's get agile! Observing agile leadership in successful digital transformation projects. Business Horizons, 67(4), 439–452. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2024.04.003

Santos, M. P. ;, Berssaneti, F. T., Rada, E. C., Santos, M. P., & Berssaneti, F. T. (2024). Impacts of Technological Innovation on Product and Service Quality and Sustainable Financial, Environmental and Social Results in the Aeronautics Sector: A Brazilian Case Study. Sustainability 2024, Vol. 16, Page 3476, 16(8), 3476. https://doi.org/10.3390/SU16083476

Tandon, L., Bhatnagar, T. y Sharma, T. (2024). Leadership agility in the context of organisational agility: a systematic literature review. *Management Review Quarterly*. https://doi.org/10.1007/s11301-024-00363-9

Tominc, P., Oreški, D., & Rožman, M. (2023a). Artificial Intelligence and Agility-Based Model for Successful Project Implementation and Company Competitiveness. Information 2023, Vol. 14, Page 337, 14(6), 337. https://doi.org/10.3390/INFO14060337

Ubaka, A., Lu, X., y Gutierrez, L. (2023). Testing the generalizability of the white leadership standard in the post-Obama era. *The Leadership Quarterly, 34*(4), 101591. https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2021.101591

Vaszkun, B., & Sziráki, É. (2023). Unlocking the key dimensions of organizational agility: A systematic literature review on leadership, structural and cultural antecedents. Society and Economy, 45(4), 393–410. https://doi.org/10.1556/204.2023.00023

Yela, A., Gonzalo, C. y Val, M. (2023). Towards an entrepreneurial leadership based on kindness in a digital age. *Journal of Business Research, 159*, 113747. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113747

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial 4.0 Internacional