

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
ESCUELA DE POSGRADO



**El liderazgo transformacional y su relación con las ventas de una empresa
de capacitación para docentes, Trujillo 2022**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
MAESTRO EN FORMACIÓN DIRECTIVA Y GOBIERNO DE LAS PERSONAS**

AUTOR

Edwin Abelardo Chempen Torres

ASESOR

Guillermo Juan Masias Cabanillas Olguin

<https://orcid.org/0000-0003-4234-8390>

Chiclayo, 2024

**El liderazgo transformacional y su relación con las ventas de una
empresa de capacitación para docentes, Trujillo 2022**

PRESENTADA POR

Edwin Abelardo Chempen Torres

A la Escuela de Posgrado de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el grado académico de

MAESTRO EN FORMACIÓN DIRECTIVA Y GOBIERNO DE LAS PERSONAS

APROBADA POR

Luis Alberto Ubillus Ubillus

PRESIDENTE

Diogenes Jesus Diaz Rios

SECRETARIO

Guillermo Juan Masias Cabanillas Holguin

VOCAL

Dedicatoria

"A mis amados padres y hermanas, quienes han sido mi fuente inagotable de apoyo, amor y aliento a lo largo de este emocionante viaje académico. Su inquebrantable fe en mí ha sido la fuerza propulsora que me ha impulsado a perseverar y alcanzar este logro. Cada sacrificio, palabra de aliento y gesto de amor ha sido el faro que ilumina mi camino. A ustedes dedico con gratitud esta tesis, como un humilde testimonio de que sus esfuerzos y amor incondicional han dado sus frutos. Gracias por ser mi inspiración constante y por ser los pilares que sostienen mis sueños. Este logro también es suyo. Con todo mi cariño y agradecimiento, Lalo."

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	3%
2	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
4	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
5	repositorio.usil.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.upeu.edu.pe:8080 Fuente de Internet	1%
7	Roberto Carlos Davila-Moran, Eucaris del Carmen Agüero-Corzo. "Liderazgo transformacional y clima organizacional en una empresa de tecnología en Lima durante el 2022", AiBi Revista de Investigación, Administración e Ingeniería, 2023	1%

Índice

Resumen.....	6
Abstract.....	7
Introducción	8
Revisión de literatura	12
Materiales y métodos.....	21
Resultados y discusión	25
Conclusiones	33
Recomendaciones.....	35
Referencias.....	37
Anexos.....	43

Resumen

La investigación se centra en analizar la relación entre el liderazgo transformacional y el rendimiento de ventas en una empresa de capacitación para docentes en Trujillo, año 2022. El liderazgo transformacional destaca por su capacidad inspiradora y motivadora, contribuyendo al éxito organizacional. La pregunta de investigación explora esta relación, respaldada por una hipótesis de conexión positiva y significativa. La justificación se basa en comprender el impacto del liderazgo en las ventas. El objetivo general es evaluar esta relación, con objetivos específicos de medir el nivel de aplicación del liderazgo y evaluar las ventas. La investigación es aplicada, de enfoque cuantitativo, alcance explicativo y diseño no experimental. Se utilizó el cuestionario de liderazgo multifactorial en su versión corta y los informes de ventas en soles de enero a diciembre de 2022. Los resultados revelan una conexión significativa y positiva con un coeficiente de correlación de Spearman de 0.968, sugiriendo que mejoras en la aplicación del liderazgo transformacional se traducen en un aumento positivo en las ventas. Se destaca la necesidad de mejorar la aplicación del liderazgo, identificando áreas de específicas, y se sugiere implementar estrategias para potenciar la percepción y aplicación del liderazgo, abordando problemas de comunicación y confianza. En cuanto al rendimiento de ventas, se observa disparidad entre niveles. La investigación concluye resaltando la importancia del liderazgo transformacional y sugiere estrategias personalizadas y fortalecimiento de la cultura de liderazgo para mejorar el rendimiento de ventas.

Palabras clave: Liderazgo transformacional, ventas, motivación, desempeño.

Abstract

The research focuses on analyzing the relationship between transformational leadership and sales performance in a teacher training company in Trujillo, year 2022. Transformational leadership stands out for its inspiring and motivating capacity, contributing to organizational success. The research question explores this relationship, supported by a hypothesis of a positive and significant connection. The justification is based on understanding the impact of leadership on sales. The general objective is to evaluate this relationship, with specific goals of measuring the level of leadership application and assessing sales. The research is applied, with a quantitative approach, explanatory scope, and non-experimental design. The short version of the multifactorial leadership questionnaire was used, along with sales reports in soles from January to December 2022. The results reveal a significant and positive connection with a Spearman correlation coefficient of 0.968, suggesting that improvements in the application of transformational leadership translate into a positive increase in sales. The need to improve leadership application is emphasized, identifying specific areas, and strategies are suggested to enhance the perception and application of leadership, addressing communication and trust issues. Regarding sales performance, disparity between levels is observed. The research concludes by highlighting the importance of transformational leadership and suggesting personalized strategies and strengthening the leadership culture to improve sales performance.

Keywords: Transformational leadership, sales, motivation, performance.

Introducción

El enfoque de liderazgo transformacional es un enfoque que alienta, inspira, motiva e impacta positivamente al personal de salud para lograr los mejores resultados y propiciar cambios institucionales que permitan al hospital alcanzar sus metas a través de las decisiones oportunas de sus líderes (Londoño, 2022). Martínez et al. (2020) señalan que el liderazgo transformacional no sólo ayuda a las organizaciones a ser eficaces y a responder a los cambios que se producen a gran velocidad en la sociedad, sino que también acentúa aspectos como la eficacia, la competitividad, el compromiso y la satisfacción del cliente. Además, los líderes no sólo se esfuerzan por cumplir los objetivos de la organización, sino que también cultivan las capacidades del personal para que al final sea más eficaz.

A nivel mundial, la aptitud humana se considera un activo clave en las organizaciones y empresas tanto públicas como privadas. Por ello, para obtener resultados positivos, se esfuerzan por contratar personal competente para cada puesto, de modo que la persona encargada de gestionarlo pueda ejecutar el proceso de selección, contratación y formación del personal de forma oportuna y meticulosa. Esto garantiza que puedan ser eficaces en las empresas u organizaciones, lo que conduce a resultados exitosos y beneficiosos en el esquema más amplio de las cosas (Castro & Delgado, 2020).

Se considera que los empleados son esenciales para alcanzar los objetivos de la organización en todo el mundo, pero de vez en cuando se producen casos de ejecución inadecuada del trabajo que los líderes deben afrontar. Gesmypes (2019) señala que en España existe un interesante desglose de las empresas: sólo el 1% de las empresas son grandes y conocidas, mientras que el 99% restante está formado por pequeñas y medianas empresas. Las empresas más grandes tienen una plantilla de 250 personas. La mayor parte de estas empresas concentran sus actividades en el sector terciario, quedando muy rezagados los sectores

industriales y de la construcción. Sus exportaciones han aumentado un 1,8% respecto al año pasado, con lo que alcanzarán el 11,8%. Su fiabilidad, dedicación e imagen en el extranjero están contribuyendo a su clara expansión.

Un estudio de la Consultora Deloitte Perú reveló que el 87% de las empresas considera que la dedicación laboral es su principal dificultad y el 50% declara que la ausencia de dedicación organizacional es de una problemática de gran importancia. En consecuencia, si la organización no cuenta con personal comprometido, su desempeño laboral se resentirá. Esto subraya la importancia de un líder transformacional, capaz de dirigir, motivar y animar a los empleados hacia los objetivos de la organización (Salcedo, 2020). Por el contrario, la realidad peruana está dando pasos para fomentar el crecimiento del talento humano y las habilidades blandas como el liderazgo transformacional entre sus miembros; sin embargo, el progreso es lento e inadecuado. En una micro red sanitaria concreta, el liderazgo fue calificado de débil por el 55,7%, mientras que se observó un ambiente poco saludable para gestionar la organización en el 68,2% (Castillo et al., 2019).

Es esencial investigar cómo se manifiestan el liderazgo transformacional y el rendimiento laboral en las empresas, ya que las organizaciones tienden a pasar por alto la importancia de estos dos elementos. Un ambiente de trabajo adecuado es clave para que los empleados estén contentos, y las pruebas empíricas demuestran que el liderazgo transformacional puede facilitar un cambio en las actitudes, así como en el rendimiento y la eficacia en el trabajo. La falta de liderazgo transformacional puede provocar una disminución del rendimiento laboral en diversos ámbitos (Arangoitia, 2019).

En la empresa de capacitación para docentes de la ciudad de Trujillo, en los últimos cinco años se han tenido múltiples problemas, tales como comunicación deficiente por parte de los principales responsables del área de ventas, lo que trae como consecuencia problemas de

coordinación dentro de sus actividades, así mismo estos responsables no son capaces de desarrollar herramientas de control y monitoreo de desenvolvimiento del personal, trayendo como consecuencia un desempeño deficiente, donde cada colaborador busca alcanzar los objetivos por caminos diferentes ya que los responsables no cuentan con el nivel de confianza y respeto necesario por parte de sus colaboradores para ser considerados como un modelo a seguir. Además de evidenciarse una clara falta de conocimiento de procesos, también se ha podido visualizar un personal sin compromiso ni motivación, poco inspirados a alcanzar sus objetivos, generando todo esto un mal ambiente laboral, por lo que frente a esta problemática se busca explorar si el vínculo entre el liderazgo transformacional y el desempeño del personal afecta en el nivel de ventas. Por consiguiente, la pregunta de investigación es ¿Cómo se relaciona el liderazgo transformacional con las ventas de la empresa de capacitación para docentes en la ciudad de Trujillo, en el año 2022?, teniendo como hipótesis que el liderazgo transformacional tiene una relación alta con las ventas de la empresa de capacitación para docentes en la ciudad de Trujillo, en el año 2022.

Esta investigación se justifica, porque ayudará a los trabajadores de la empresa de capacitación para docentes de la ciudad de Trujillo, a conocer el impacto y la relación que existe entre el liderazgo transformacional y las ventas, es decir permitirá a tanto el personal como la organización conocer el grado de influencia y la importancia que tiene llevar a cabo el liderazgo transformacional dentro de sus actividades. Además, el estudio permitirá tener un mejor alcance de como el liderazgo transformacional es causa-efecto en el desempeño de las ventas en una empresa del sector educación, permitiendo mejorar el servicio de ventas en el mismo.

Así mismo el presente estudio busca aportar a empresas, procesos de como analizar el liderazgo transformacional y su influencia en las ventas utilizando el instrumento de investigación denominado Cuestionario Multifactorial de Liderazgo (MLQ) desarrollado por

Bass y Avolio (2004); y así, pueda ser utilizado en múltiples ocasiones que se requieran, en especial, cuando se encuentren pasando por un nivel decreciente de ventas.

Estableciéndose, así como objetivo general de investigación: Evaluar la relación entre el liderazgo transformacional y las ventas de la empresa de capacitación para docentes de la ciudad de Trujillo, en el año 2022, teniendo, así como objetivos específicos: 1° Evaluar en qué nivel se aplica el liderazgo transformacional en la empresa de capacitación para docentes en la ciudad de Trujillo, en el año 2022. y 2° Evaluar el nivel de las ventas en la empresa de capacitación para docentes en la ciudad de Trujillo, en el año 2022.

Revisión de literatura

Antecedentes

El liderazgo transformacional ha sido ampliamente estudiado a nivel internacional, revelando su papel crucial en el comportamiento del personal y en el desempeño general de una organización. Diversas investigaciones han señalado la importancia de este tipo de liderazgo en diversos sectores, tanto en la industria de productos de consumo masivo como en servicios específicos (Viera et al., 2019; Arana y Ocampo, 2020)

El liderazgo transformacional estudiado a nivel global, destaca su importancia en el comportamiento del personal y el rendimiento organizacional. Investigaciones recientes confirman su influencia positiva en la competencia y las habilidades de venta, respaldando su papel crítico en entornos competitivos. No obstante, se reconoce la importancia de complementar este enfoque de liderazgo con otras estrategias para un éxito más holístico (Espinoza, 2019; Rodríguez & Pedraja, 2022).

Kilic et al (2021) por su parte, mencionó que no solo basta contar con un liderazgo transformacional, sino con un aprendizaje organizacional, donde se maneje la gestión del conocimiento y la satisfacción laboral acorde el desempeño organizacional, siendo así un componente trascendental para una organización. Por su parte Fu et al. (2022), nos dice que acontecimientos externos también influyen en el desarrollo de las ventas, tales como los aspectos políticos y económicos que afectan los niveles de ingresos de la población, Gutu et al. (2022), en cambio nos menciona que una solución viable para la ecuación liderazgo es la adaptación de una línea-innovación de la fuerza laboral en ventas, así como incentivos, que permitan mejorar sus condiciones de trabajo.

En países como Vietnam (VTI) donde la Industria Turística es tan competitiva pero con poca demanda, obliga a muchas organizaciones a realizar estrategias de liderazgo de transformación, la satisfacción laboral y la motivación de los empleados, con el fin de aumentar sus ventas, lo cual lo demostró Quang et al. (2022), a través de su investigación quien indicó diferentes hallazgos encontrados en 207 organizaciones del país, que indican que los caminos entre la comunicación inspiradora, el reconocimiento personal, el liderazgo de apoyo, la visión y la satisfacción laboral son altamente significativos. Sin embargo, la estimulación intelectual no incide positivamente en la satisfacción laboral. Esto permitió deducir que el liderazgo de apoyo tiene un efecto positivo directo en la motivación de los empleados, pero no logra satisfacer laboralmente, siendo así uno de los principales motores para mejorar el área de ventas, los incentivos económicos, los cuales van más allá del liderazgo. En países como China, se recopilaban datos mediante un formulario de encuesta en línea y luego se analizaron mediante PLS-SEM. Donde los hallazgos revelaron que GTL (Liderazgo transformacional verde) está positivamente relacionado con el desempeño sustentable, y OCBE (Comportamiento Organizacional de la Ciudadanía hacia el Medio Ambiente) media la relación entre GTL y el desempeño sustentable (Lin et al., 2022).

Tomando en cuenta todas las posiciones de investigaciones internacionales se puede sustentar y fundamentar que el liderazgo transformacional y el liderazgo transaccional, es un recurso laboral de impacto en el desempeño contextual en cualquier área de una organización, ya que comprende compromiso laboral.

Por otro lado, bajo el contexto nacional, se pudo demostrar también la existencia de una relación directa, significativa y moderada entre las variables liderazgo transformacional, transaccional y la gestión administrativa, mientras que el estilo de liderazgo laissez faire tiene una relación inversa con la gestión administrativa (Collantes,

2018). Cabe mencionar que los hallazgos sugieren que el desempeño de ventas es generalmente mayor cuando un gerente desarrolla su trabajo por medio del liderazgo transaccional y transformacional de los gerentes (Rodríguez & Pedraja, 2022). También se pudo encontrar que la relación de la variable liderazgo transformacional y las ventas de la empresa tienen un coeficiente de relación ascendente a 0.777, el cual se encuentra en el rango de relación alta y positiva, siendo así otro postulado que apoya que los efectos del liderazgo transformacional son positivos sobre el desempeño laboral de la fuerza de ventas del sector consumo masivo ya que la productividad y resultados del equipo de trabajo aumenten a medida que el liderazgo transformador es más fuerte y consistente (Viera et al., 2019). Componentes de la motivación inspiracional, la estimulación intelectual influyen en un 50% en la confianza de sus colaboradores; el 10% impulsan la innovación y creatividad de los colaboradores en sus labores diarias, el 70% muy pocas veces realizan la asignación de recursos necesarios en la implementación de planes, es por ello que si se da de manera adecuada un buen liderazgo transformacional, apoyándose en el buen manejo de sus componentes, se obtiene un área de ventas excelente, con cualidades competitivas y diferenciadoras en el mercado (Agama y Espinoza, 2019), Es preciso mencionar que, dicho un alto grado de relevancia permite evidenciar la importancia y trascendencia de una buena cultura del liderazgo en las ventas.

Zafar et al. (2022), indicó que se deben examinar el efecto mediador del comportamiento de ciudadanía organizacional y brindar nuevas direcciones para que los investigadores estudien el liderazgo transformacional y el comportamiento de los colaboradores del área de ventas, es por ello que las organizaciones deben considerar la Interacción Empoderante Basada en el Conocimiento para aumentar la Innovación Organizacional. Esto le permitió al investigador comprobar que el liderazgo

transformacional, la comunicación y la carga de trabajo simultáneamente tuvieron un efecto en el desempeño de los empleados del departamento de ventas y marketing.

Tomando en cuenta las investigaciones previas desarrolladas a nivel internacional como nacional, se puede afirmar que, dentro de los estilos de liderazgo, los predominantes son el transformacional y transaccional, lo que trae como consecuencia, influencia en los aspectos tales como comportamiento, las características sociales, físicas, laborales y los rasgos de personalidad para comprender qué hace a un gran líder. Donde el vínculo más crítico inexplorado entre un gerente y los estilos de liderazgos desarrollados por el personal del área de ventas son la inteligencia emocional y motivacional, para compartir y ayudar a su equipo de ventas (Rojas, 2021).

Bases Teóricas

Liderazgo transformacional

Según Velásquez (2006), el liderazgo transformacional es un estilo definido como un proceso de cambio beneficioso en los liderados, enfocándose en un cambio mutuo entre todos los participantes de la organización.

Además, buscan la cooperación de sus seguidores estableciendo intercambios con ellos y luego monitoreando estas relaciones de intercambio, mientras que los líderes transformacionales reciben soporte de los liderados inspirándolos a identificarse con una visión que es más que sus propios intereses inmediatos (Velásquez, 2006), estos tienen las siguientes características:

Los líderes transformacionales identifican, internalizan y transmiten los nuevos valores, aspiraciones y comprensión de las tareas laborales a los seguidores.

Los gerentes con un estilo de liderazgo transformacional alentarían intelectualmente un FLE (empleado de primera línea), brindarían apoyo individualizado acordado e idearían diferentes formas de realizar las tareas (Mullins et al., 2014).

Proponemos que cuando los gerentes tienen autopercepciones más bajas que las percepciones de los FLEs, en el liderazgo transformacional, los FLEs pueden sentir más autonomía y automotivación y tener niveles más altos de desempeño en ventas.

Además, estos gerentes transformacionales trabajarán más para garantizar que los FLEs reciban apoyo individualizado, estimulación y autonomía intelectual y automotivación, que son condiciones para lograr un mejor desempeño de ventas (Cojocar, 2009).

Las opiniones contemporáneas sobre el liderazgo incluyen estilos de liderazgo variables y la opinión de que la situación dicta la elección del estilo. Los dos estilos básicos de liderazgo son el transaccional y el transformacional, y aunque otros pueden argumentar que cada uno de estos representa un tipo distinto y debería incluirse con los cuatro tipos de liderazgo descritos anteriormente, los autores aquí están de acuerdo con la conceptualización de Burns (1978) de ellos como los extremos de un solo continuo. Un líder que utiliza el estilo transaccional se enfoca en brindar castigos y recompensas con base en el desempeño de los subordinados.

Haresh (2019), para liderar el cambio en la estructura de una organización, los líderes transformacionales también son importantes. identificaron las clases clave de conductas de liderazgo transformacional como proporcionar estimulación intelectual,

brindar apoyo individualizado, tener altas expectativas de desempeño, fomentar la aceptación de las metas del grupo, proporcionar un modelo apropiado y articular una visión. Un líder de estilo transformacional trabaja para generar cambios e innovación dirigiendo el comportamiento de los seguidores hacia una visión compartida. Los cambios significativos en los seguidores finalmente resultan en cambios significativos en la organización en general.

Cuando los líderes transformacionales inspiran a los seguidores a comprender su propio potencial además del del líder, se crea un mejor futuro para la organización. Los líderes que utilizan el estilo transformacional son conscientes de sí mismos y auténticos. Otras características que poseen son la capacidad de colaborar, comprender la interdependencia y tener humildad. Los enfoques de liderazgo transformacional incluyen servidor, democrático, entrenador, afiliativo y visionario, además concluyeron que la capacidad de un vendedor para ser asesorado media completamente la relación entre el desempeño de ventas y el estilo de liderazgo transformacional en lugar de la competitividad de los rasgos (Ingram et al., 2012). El liderazgo transformacional puede mejorar las respuestas relacionadas con el trabajo de los empleados en comparación con las producidas a través del liderazgo transaccional.

El liderazgo transaccional puede ser preferible para mejorar las respuestas afectivas y conductuales de los vendedores (Dubinsky et al., 1995). “En total, los hallazgos sugieren que las actividades de la cadena corporativa, como el nivel y la claridad de los objetivos de los gerentes de tienda y el monitoreo del supervisor, influyen en el comportamiento de los gerentes de tienda, lo que a su vez afecta la venta de productos y servicios físicos”. Ser adaptable conduce a un mayor éxito, ya sea inspirando a los subordinados a alcanzar una meta como líder o vendiendo varios productos a otra empresa como vendedor (Arnold et al., 2009).

Según Bass (1985) y Bass y Avolio (1994), el liderazgo transformacional tiene la capacidad de superar los resultados esperados, ya que este estilo de liderazgo anima a los seguidores a ir más allá de sus propias ambiciones, promoviendo el crecimiento organizativo, fomentando la confianza e inspirando a los seguidores a esforzarse por mejorar en términos de valores morales y éticos. El MLQ evalúa cuatro dimensiones del liderazgo transformacional, que se detallan a continuación.

Estimulación intelectual

El liderazgo transformacional no solo se centra en la motivación como un impulso para el cambio, también crea y promueve una participación constante entre sus participantes o integrantes, para que ellos realicen propuestas o expresen sus ideas. Los empleados de la empresa deben participar en la transformación, y no hay mejor forma de garantizarlo que creando más vías de comunicación, intercambio y aportación (Velásquez, 2006).

El liderazgo transformacional implica estimular la actividad intelectual, como promover el pensamiento, la conceptualización y la resolución de problemas, con el fin de producir respuestas originales e inventivas. Esto anima a los subordinados a reexaminar sus ideas y puntos de vista, permitiéndoles reconocer enfoques alternativos e idear soluciones novedosas (Yukl, 1999).

Charbonneau et al., (2001) afirman que es más probable que la estimulación intelectual aumente los conocimientos, el aprendizaje y la comprensión, ya que se centra en conseguir que las personas piensen de forma independiente e ideen nuevas estrategias para abordar los problemas.

Un líder capaz de estimular intelectualmente a sus seguidores puede fomentar la creatividad y la innovación, animándolos a cuestionar los supuestos existentes, replantearse los problemas y proponer soluciones alternativas (Bass y Bass, 2009).

Influencia Idealizada

El liderazgo transformacional también tiene como finalidad generar cambios significativos en la visión, fuerzas y cultura de la organización, es importante que establezcas un contacto directo con las personas del entorno laboral. Un líder transformacional no solo ve a los empleados. Para él, es necesario en primer lugar hacer cambios en las personas a nivel personal y, por lo tanto, también organizacional (Velásquez, 2006).

El liderazgo transformacional se demuestra a través del carisma y la influencia idealizada de un individuo, que genera confianza y credibilidad y conecta a los demás con sus valores, creencias, ideales y objetivos.

La capacidad de influir en los demás depende del sentido de seguridad y confianza en sí mismo de un líder. Para poder influir en la vida de los demás, el líder debe ser capaz de influir en su propia vida.

Goleman (2004), postula que la autoconciencia (autoconocimiento), la autorregulación (autocontrol), la motivación interna, la empatía y las habilidades sociales son componentes esenciales de la inteligencia emocional.

Motivación inspiradora

Ninguna técnica es más eficaz que otra cuando se trata de interactuar con los miembros de una organización determinada. La prioridad debe ser crear un impulso que

aumente el entusiasmo y el empuje, y esto puede hacerse mediante incentivos, recompensas y el reconocimiento de los logros. Una fuerte fuerza motivadora es el remedio más eficaz contra la apatía en los grupos de trabajo (Velásquez, 2006).

Un líder capaz de expresar una visión que resuena en el equipo y les motive a trabajar juntos puede describirse como poseedor de habilidades de liderazgo transformacional. Esto ayuda a mantener a todo el mundo en la misma página y los anima a participar activamente en el aprendizaje (Sinkula et al., 1997), articulando el estado futuro es visible. Las expectativas crean tensión que facilita el aprendizaje y mueve a las organizaciones hacia un futuro deseado (Goh y Richards, 1997).

Para estimular eficazmente la motivación, la visión compartida debe ser difícil y mostrar un estado preferido mucho mejor que el actual.

Consideración individualizada

Un líder transformacional no se centra en los resultados a corto o medio plazo, sino que deja esa tarea a los jefes de equipo o de departamento. En cambio, se esfuerza por introducir cambios que tengan efectos duraderos, en lugar de limitarse a aportar soluciones parciales o específicas. Estos cambios deben ser integrales y adaptados al individuo, arraigándose en la cultura y la filosofía general de la empresa. En términos más sencillos, el líder transformacional no se limita a arreglar los problemas, sino que trabaja para evitar que vuelvan a ocurrir implicando a quienes le rodean (Velásquez, 2006).

Ventas

Diez et al., (2003), define a las ventas como el elemento humano que hace posible que los productos y servicios de una empresa trabajen en conjunto bajo un control empresarial, con un fin común, el cual es el beneficio económico para una organización.

Artal (2010), caracterizó la venta como un proceso mediante el cual el vendedor descubre, obtiene y satisface los requisitos del cliente para el beneficio conjunto y perpetuo tanto del vendedor como del comprador.

Kotler y Amstrong (2008), creen que las ventas constituyen las fortalezas competitivas de una empresa, formadas a través de una conexión entre la empresa y sus clientes. Además, lo consideran un factor central de cualquier esfuerzo de mejora, ya que a través de él se alcanzan el éxito y los objetivos del departamento de ventas.

Romero (1997), afirma que la venta es la transmisión de un producto por un coste liquidado. La venta puede ser: pagada en un solo pago, cuando el artículo se paga inmediatamente después de la compra; obtenida a crédito, cuando el importe se paga después de la adquisición; en múltiples partes, cuando el pago se divide en varias transacciones consecutivas; o al contado, cuando el importe se paga en el acto, al comprar el artículo.

Materiales y métodos

Se La presente investigación es de tipo aplicada y con enfoque cuantitativo, alcance explicativo y diseño no experimental (Hernández, Fernández y Baptista, 2014), para luego determinar la relación de las variables.

La unidad de estudio abarcará a los colaboradores relacionados con el control y manejo de ventas (Arias 2012). La población está conformada por 30 colaboradores, los

cuales pertenecen al área comercial de la empresa en estudio. Por lo que se toma como muestra de estudio a los 30 colaboradores del área comercial.

Se utilizan encuestas para investigar la relación entre el liderazgo y las ventas de la empresa. Para evaluar la variable liderazgo se empleó el Cuestionario Multifactorial de Liderazgo (MLQ) desarrollado por Bass y Avolio (2004). Este cuestionario está compuesto por 20 ítems que miden la relación de cuatro dimensiones: Estimulación Intelectual (4 ítems), Influencia Idealizada (8 ítems), Motivación Inspiradora (4 ítems) y Consideración Individualizada (4 ítems). Cada ítem se valora en una escala de Likert del 1 al 5, donde 1 es de vez en cuando de acuerdo y 5 es siempre de acuerdo.

Se establecen rangos para clasificar el nivel de liderazgo y sus dimensiones (tabla1).

Tabla 1

Escala de evaluación de liderazgo transformacional y sus dimensiones:

Descripción	Muy Alto	Alto	Bajo	Muy bajo
Estimulación intelectual	16 a 20	12 a 15	8 a 11	4 a 7
Influencia idealizada	33 a 40	25 a 32	17 a 24	8 a 16
Motivación inspiradora	16 a 20	12 a 15	8 a 11	4 a 7
Consideración individualizada	16 a 20	12 a 15	8 a 11	4 a 7
Lid.Transformacional	80 a 100	60 a 79	40 a 59	20 a 39

Para medir la variable de Ventas se empleó la información original de reportes de ventas mensuales con datos en soles (S/) de la empresa en mención correspondientes al periodo de investigación.

El cuanto al procedimiento de recolección de datos se eligió la población y muestra de la organización a todo el personal del área comercial, siendo un total de 30.

Teniendo en cuenta las variables, se seleccionó el instrumento adecuado para medirles, para la variable liderazgo, se usó el cuestionario y para ventas la ficha de registro de ventas en soles (S/) del 2022.

El cuestionario fue validado por juicio de expertos (Anexo 3) y se midió su confiabilidad (Anexo 4) además se realizó una prueba piloto.

Las encuestas se realizaron de manera presencial, dentro de la organización, donde se interrogó al personal del área comercial, y se elaboró un instructivo de cuestionarios para que los participantes pudieran comprender fácilmente las preguntas y dar sus respuestas. Las encuestas se realizaron en junio de 2023 en la ciudad de Trujillo.

Los datos recopilados de las encuestas se tabularon para posteriormente ser analizados y presentar en tablas los resultados.

En cuanto al procesamiento de datos, los datos tabulados de las encuestas, se analizaron por medio de la estadística descriptiva para determinar la frecuencia de los niveles de evaluación del liderazgo.

Se realizó la prueba de normalidad por Shapiro wilk, para posteriormente utilizar Rho de Spearman y evaluar la relación entre liderazgo transformacional y las ventas.

El Software utilizado para el análisis de datos fue el SPSS.

En cuanto a los aspectos éticos no se distorsionarán ni manipularán los datos adquiridos, teniendo en cuenta el debido respeto a la propiedad intelectual del autor, de modo que esta misión no se considere plagio. La inspección se caracteriza por la ética, que se clasifica por la aplicación de máximas éticas en el momento de buscar y hacer uso de la información que el investigador necesita, como la utilización de referencias o el permiso por escrito del investigador. Por lo tanto, cabe destacar que esta exploración se

llevó a cabo con el permiso de cada una de las personas encuestadas, respetando sus convicciones y el secreto, ya que se centró en la utilización del nombre y los datos de la entidad, respetando la propiedad intelectual, en cumplimiento de las directrices de la metodología científica y las normas establecidas por el colegio.

Tabla 2

Operacionalización de Variables

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Preguntas	Escala de medición
Variable 1: Liderazgo transformacional	Bass y Avolio (1994) El liderazgo transformacional es un tipo de liderazgo que anima a los seguidores a superar las expectativas y aumenta su ambición de logro y superación. Requiere que el líder dé prioridad al desarrollo organizativo y transmita confianza, al tiempo que eleva los niveles morales y éticos de los seguidores.	Estimulación Intelectual Influencia Idealizada Motivación inspiradora Consideración Individualizada	1 al 4 5 al 12 13 al 16 17 al 20	Escala de likert
Variable 2: Ventas	Diez et al., (2003), define a las ventas como el elemento humano que hace posible que los productos y servicios de una empresa trabajen en conjunto bajo un control empresarial, con	-		Ingresos por vendedor (S/)

un fin común, el cual es el beneficio económico para una organización.

Resultados y discusión

Resultados

Respecto al *objetivo general* de investigación de valorar la relación entre el liderazgo transformacional y las ventas de la empresa de capacitación para docentes en la ciudad de Trujillo, en el año 2022, primero se tuvo que realizar un análisis estadístico de los datos de liderazgo, los cuales según su normalidad por shapiro-wilk (Anexo 5) son datos no normales; además los datos de ventas son numéricos, por lo que el estadístico a utilizar para validar la hipótesis es la relación de Spearman.

Tabla 3

Significancia de relación liderazgo transformacional y ventas

		Ventas
Rho de Spearman	Liderazgo transformacional	Coeficiente de relación ,968*
		Sig. (bilateral) ,000
		N 30

Según la tabla 3, se detalla que el nivel de significancia entre el liderazgo transformacional y las ventas es menor a 0.05; por lo que se infiere que sí existe relación entre las variables y además es una relación positiva alta según el coeficiente de correlación de Spearman 0.968, lo que implica que un enfoque de liderazgo transformacional bien aplicado puede tener un impacto significativo en el desempeño de ventas en la empresa.

Tabla 4*Resultados descriptivos de la variable y dimensiones de liderazgo transformacional*

		Muy bajo	Bajo	Alto	Muy alto	Total
Estimulación Intelectual	F	7	8	9	6	30
	%	23,3	26,7	30,0	20,0	100,0
Influencia Idealizada	F	8	8	8	6	30
	%	26,7	26,7	26,7	20,0	100,0
Motivación Inspiradora	F	7	9	8	6	30
	%	23,3	30,0	26,7	20,0	100,0
Consideración Individualizada	F	8	7	9	6	30
	%	26,7	23,3	30,0	20,0	100,0
Liderazgo Transformacional	F	8	8	8	6	30
	%	26,7	26,7	26,7	20,0	100,0

Con respecto al *objetivo específico 1* de valorar en qué nivel se aplica el liderazgo transformacional en el centro de capacitación para docentes, en la ciudad de Trujillo, en el año 2022. Los resultados indican que, aunque, en líneas generales no es predominante, un 46.7% de encuestados percibe claramente la aplicación del liderazgo transformacional en un nivel “Alto” y “Muy Alto” a diferencia de un 53.3 % que percibe el liderazgo transformacional en niveles catalogados como “Bajo” y “Muy Bajo”.

Tabla 5*Nivel de ventas (datos en soles S/)*

Colaborador	Ene-22	Feb-22	Mar-22	Abr-22	May-22	Jun-22	Jul-22	Ago-22	Set-22	Oct-22	Nov-22	Dic-22	Total
C1	8664	14319	12276	10500	9351	7665	8100	10692	10890	6264	8316	7723	114760
C2	9400	10434	7425	11760	9048	13440	7560	12276	10890	7395	9156	7066	115850
C3	8094	10878	8196	9030	9831	10395	8460	8118	9306	8961	6468	10603	108340
C4	13566	10323	8613	10920	9135	7885	10660	10098	9801	8787	6132	9480	115400
C5	14134	9435	10989	8715	9744	13440	9990	8870	10989	7438	10836	11810	126390
C6	12478	12987	8227	12390	7047	12390	9990	11484	8613	8446	6384	9114	119550
C7	12768	8658	8415	10920	10962	13125	7290	12870	9702	10701	7392	6607	119410
C8	11224	9213	8910	7980	8090	10290	9160	9801	9504	7482	9660	7446	108760
C9	12540	10212	11286	12810	8960	7980	8550	9029	9702	10525	10056	11250	122900
C10	9006	10878	7029	9450	10440	10920	8460	10593	12870	8004	7392	8098	113140
C11	12136	9546	9999	10500	7656	9555	7470	9306	9930	8352	9996	9764	114210
C12	11970	11766	12672	10920	9918	7770	8800	7623	9900	8700	10164	7627	117830
C13	12996	8991	12078	11025	8264	10395	8370	11187	11484	7569	8736	9765	120860
C14	12540	14430	7326	11340	8090	10185	10980	9405	12375	11310	5880	11719	125580

C15	8892	10656	12474	13230	10353	11970	6840	10296	9603	9048	10920	10978	125260
C16	14250	11655	11187	8610	8227	13545	11430	10593	10395	6090	7140	8378	121500
C17	8208	11655	7920	9555	7656	8505	9630	11583	8712	10875	6720	8461	109480
C18	11628	10212	8514	8085	7047	8190	11070	7326	8514	6699	7392	10043	104720
C19	12540	12432	7821	10185	8787	12810	8730	7623	9860	6525	7980	6517	111810
C20	10172	13542	7425	12705	8961	11285	10390	7722	9108	8961	9912	10137	120320
C21	11654	10212	10494	9135	8004	9240	9090	7029	11385	10614	8316	10507	115680
C22	12706	10656	9019	11970	9744	7560	8370	7227	6930	6438	7308	11812	109740
C23	12426	10434	12672	9870	7656	11340	7200	9306	9999	8004	6388	9765	115060
C24	10224	10434	10821	13125	10179	13545	9930	9900	10791	11049	9492	8460	127950
C25	11478	10767	11880	7665	7047	7560	10390	12276	12276	9744	8147	12090	121320
C26	13794	10101	10890	12495	10788	11285	8550	9306	9207	10786	8484	7804	123490
C27	13224	12432	9524	10080	6177	11550	9900	12375	8920	7134	9836	10228	121380
C28	9120	11766	11514	10710	6612	10920	9520	10910	10593	10092	9668	8175	119600
C29	8488	10767	10197	11760	10179	11230	8280	10395	7128	9612	7896	7908	113840
C30	11680	13209	11207	7560	7047	9030	6840	11781	7623	9395	9836	9672	114880

Nota. Información brindada por la empresa de capacitación para docentes

Con respecto al *objetivo específico 2* de Evaluar el nivel de las ventas en el centro de capacitación para docentes, en la ciudad de Trujillo, en el año 2022. En la tabla 6, se expone los niveles de venta por cada colaborador. El nivel de ventas de la empresa es adecuado a nivel general, pero varía entre empleados.

Discusión

Según la referencia con el objetivo general, la investigación se centró en evaluar la relación entre el liderazgo transformacional y las ventas en la empresa de capacitación para docentes en Trujillo en 2022. Los resultados revelan de manera contundente una relación altamente positiva respaldada por el coeficiente de correlación de Spearman (Tabla 3). Es esencial reconocer que, si bien el liderazgo transformacional muestra ser un elemento crucial vinculado al rendimiento positivo en ventas, no debe ser considerado como la única solución a todos los desafíos de la empresa.

Los hallazgos destacan el potencial del liderazgo transformacional para motivar a los colaboradores a mejorar y contribuir al crecimiento organizativo (Londoño, 2022; Martínez et al., 2020). Sin embargo, se enfatiza la necesidad de abordar este enfoque de liderazgo desde una perspectiva complementaria. Es crucial reconocer que, aunque el liderazgo transformacional puede ser un impulsor significativo, su efectividad puede aumentarse integrándolo con otros factores organizativos, como el aprendizaje organizacional, la gestión del conocimiento y la satisfacción laboral (Kilic et al., 2021).

Además, la discusión resalta la influencia de factores externos, como aspectos políticos y económicos, en el desarrollo de las ventas. Esto sugiere que, a pesar de la importancia del liderazgo transformacional, la empresa también debe estar preparada para gestionar eventos externos que podrían influir en su desempeño. La realidad es que el liderazgo transformacional

no opera en un vacío, y su éxito depende de la capacidad de la organización para adaptarse a un entorno cambiante (Fu et al., 2022).

Se subraya la importancia de adaptar las estrategias de liderazgo transformacional a las condiciones culturales y de mercado locales. Si bien el liderazgo transformacional puede ser altamente efectivo, su implementación exitosa requiere una comprensión profunda del contexto específico de la organización. Este enfoque personalizado y contextualizado es esencial para maximizar el impacto del liderazgo transformacional en el rendimiento de las ventas (Quang et al., 2022).

Finalmente, las propuestas para mejorar el desempeño del departamento de ventas a través del liderazgo transformacional destacan la necesidad de una comunicación efectiva y una interacción empoderante basada en el conocimiento. Estos elementos adicionales resaltan que el liderazgo transformacional puede beneficiarse aún más cuando se integra con prácticas que fortalezcan la conexión entre líderes y empleados, creando un entorno de trabajo que potencie el impacto positivo del liderazgo transformacional en las ventas (Zafar et al., 2022).

En resumen, si bien la relación entre el liderazgo transformacional y las ventas es positiva, se reconoce que su éxito óptimo radica en la capacidad de integrarlo de manera efectiva con otros factores organizativos y adaptarlo a las dinámicas cambiantes del entorno empresarial. Este enfoque integrado se presenta como una estrategia más completa y efectiva para impulsar el rendimiento general de la empresa.

En relación al *objetivo específico 1*, que buscaba evaluar el nivel de aplicación del liderazgo transformacional en el centro de capacitación para docentes en Trujillo en el año 2022, los resultados revelan una realidad matizada. Aunque un 46.7% de los participantes percibe en niveles "Alto" y "Muy Alto" la aplicación del liderazgo transformacional, existe una proporción significativa del 53.3% que percibe niveles "Bajo" y "Muy Bajo". Esta variabilidad

sugiere que, si bien el liderazgo transformacional está presente, su impacto no es uniformemente percibido.

La distribución relativamente equitativa entre las diversas dimensiones del liderazgo transformacional indica una comprensión generalizada de las diferentes facetas de este enfoque. No obstante, queda claro que hay margen para mejorar la percepción global de esta modalidad de liderazgo. Es esencial reconocer que el liderazgo transformacional, aunque valioso, no puede abordar todos los desafíos organizativos por sí solo.

Los resultados resaltan la relación directa entre el liderazgo transformacional y el comportamiento, así como las cualidades competitivas de los vendedores en la empresa de capacitación para docentes. Sin embargo, es fundamental considerar que, aunque los vendedores manifiestan una receptividad positiva hacia este enfoque de liderazgo, la mayoría desconoce significativamente sus beneficios intrínsecos. Este hallazgo destaca la necesidad de una mayor concientización y comprensión entre los colaboradores sobre los impactos positivos del liderazgo transformacional (Velásquez, 2006).

El análisis de los resultados refuerza la necesidad de contemplar factores suplementarios en la implementación del liderazgo transformacional. Se destaca la importancia de integrar el aprendizaje organizacional, la gestión del conocimiento, la satisfacción laboral y la comunicación efectiva. Además, se enfatiza que la percepción clara y la promoción de este estilo de liderazgo desde los niveles jerárquicos más altos son esenciales para su arraigo en la cultura organizacional.

Las áreas identificadas para mejorar, especialmente la influencia idealizada y la motivación inspiradora, subrayan la importancia crucial de promover un entorno laboral propicio y de estrechar la relación entre colaboradores y líderes. Este enfoque se alinea con la recomendación de no ver al liderazgo transformacional como la única solución, sino como parte de un entorno más amplio que requiere atención y desarrollo continuo (Velásquez, 2006; Arangoitia 2019).

Finalmente, los hallazgos enfatizan la necesidad imperativa de implementar estrategias destinadas a potenciar la percepción y aplicación del liderazgo transformacional. La identificación de problemas de comunicación y la falta de confianza en la figura del líder subrayan la importancia estratégica de fomentar la creatividad y facilitar el intercambio de conocimientos para mejorar los procesos innovadores. Este enfoque integral contribuirá simultáneamente a fortalecer los vínculos entre líderes y subordinados, abordando la complejidad de los desafíos organizativos más allá del liderazgo transformacional (Quang et al., 2022; Zafar et al., 2022).

En relación al *objetivo específico 2*, centrado en evaluar el nivel de ventas en el centro de capacitación para docentes en Trujillo en el año 2022, los resultados indican que, aunque el nivel de ventas es adecuado a nivel general, existe una marcada variación entre los empleados. Esta disparidad se atribuye principalmente a las diferencias notables en las habilidades competitivas y enfoques estratégicos adoptados por los vendedores (Rodríguez & Pedraja, 2022).

Los resultados enfatizan que no se debe concebir al liderazgo transformacional como la única solución para abordar todos los problemas de la empresa, y esto es crucial al analizar las disparidades en el desempeño de ventas. En lugar de depender exclusivamente de un estilo de liderazgo, los resultados subrayan la necesidad imperante de implementar estrategias de desarrollo y capacitación altamente personalizadas. Estas estrategias deben diseñarse específicamente para abordar las particularidades y requerimientos individuales de cada vendedor, reconociendo y potenciando sus fortalezas mientras se trabajan en áreas de mejora (Rodríguez & Pedraja, 2022; Espinoza, 2019).

Además, se plantea con urgencia la necesidad de realizar un análisis exhaustivo de las estrategias de ventas implementadas en el centro de capacitación. Este análisis detenido busca identificar áreas de mejora y optimización que puedan tener un impacto directo en el rendimiento global de las ventas. Aquí, se destaca que la mejora de las ventas no solo depende del liderazgo, sino también de estrategias efectivas que se adapten a las necesidades cambiantes del mercado y del equipo de ventas (Rodríguez & Pedraja, 2022; Espinoza, 2019).

La discusión, de manera congruente, resalta la trascendencia de cultivar una cultura de liderazgo sólida en el ámbito de las ventas. No obstante, se enfatiza que este liderazgo efectivo debe considerarse como parte de un conjunto de elementos necesarios para impulsar el rendimiento laboral, especialmente en el contexto de las actividades de venta. Este matiz recalca la importancia de un liderazgo que se adapte a las necesidades específicas del equipo de ventas y promueva un ambiente donde cada miembro pueda prosperar (Agama y Espinoza, 2019; Velásquez, 2006).

En síntesis, estas convergencias enfatizan la importancia crucial de adoptar estrategias altamente personalizadas y asegurar un liderazgo efectivo, pero al mismo tiempo reconocen que la mejora y estabilización de los niveles de ventas requieren un enfoque integrado. Este enfoque no solo se basa en el liderazgo, sino también en análisis meticulosos de las estrategias de ventas y en la implementación de medidas personalizadas para abordar las disparidades identificadas. De esta manera, se posiciona como una vía estratégica más completa y adaptativa para optimizar el desempeño global de las ventas en el centro de capacitación para docentes en Trujillo.

Conclusiones

En relación al **objetivo general**, la investigación revela una relación positiva entre el liderazgo transformacional y las ventas en la empresa de capacitación para docentes en Trujillo en el año 2022, respaldada por un sólido coeficiente de correlación de Spearman. De los resultados se concluye que, aunque el liderazgo transformacional muestra ser un elemento

crucial para el rendimiento positivo en ventas, se destaca la importancia de no considerarlo como la única solución a todos los desafíos empresariales. Los hallazgos enfatizan la necesidad de complementar este enfoque con otros factores organizativos, como el aprendizaje organizacional, gestión del conocimiento y la satisfacción laboral, reconociendo que su efectividad puede potenciarse mediante una integración efectiva. Además, se subraya la influencia de factores externos en las ventas y la importancia de adaptar las estrategias de liderazgo transformacional a las condiciones locales. En última instancia, la optimización del impacto del liderazgo transformacional en las ventas requiere un enfoque integrado que considere tanto sus fortalezas como la capacidad de adaptación a un entorno empresarial dinámico.

En relación al **objetivo específico 1**, de evaluar el nivel de aplicación del liderazgo transformacional en la empresa de capacitación para docentes de Trujillo en el año 2022, los resultados revelan una percepción variable entre los participantes, con un 46.7% identificando niveles altos y un 53.3% percibiendo niveles bajos. En conclusión, aunque hay una comprensión generalizada de las diversas dimensiones del liderazgo transformacional, se destaca la necesidad de mejorar la percepción global y reconocer que este enfoque no aborda todos los desafíos por sí solo. Los resultados subrayan la relación directa entre el liderazgo transformacional y el comportamiento competitivo de los vendedores, pero también señalan la falta de conciencia sobre sus beneficios intrínsecos. Es crucial integrar factores suplementarios, como el aprendizaje organizacional, la gestión del conocimiento, la satisfacción laboral y la comunicación efectiva, mientras se promueve activamente el liderazgo transformacional desde los niveles superiores. Las áreas de mejora identificadas, especialmente en la influencia idealizada y la motivación inspiradora, resaltan la importancia de crear un entorno laboral propicio y fortalecer las relaciones entre colaboradores y líderes. La implementación estratégica para potenciar la percepción y aplicación del liderazgo transformacional, abordando problemas

de comunicación y falta de confianza, sugiere un enfoque integral que va más allá de considerar este estilo de liderazgo como la única solución, promoviendo el desarrollo continuo y la atención a aspectos organizativos más amplios.

En relación al **objetivo específico 2**, de evaluar el nivel de ventas en el centro de capacitación para docentes en Trujillo en el año 2022, se destaca la variabilidad en el desempeño entre los empleados, atribuida a diferencias en habilidades y enfoques estratégicos de los vendedores. Los resultados concluyen que el liderazgo transformacional no es la única solución para los desafíos en ventas, subrayando la necesidad de estrategias personalizadas y análisis detallados de las estrategias de ventas. Reconociendo la importancia del liderazgo efectivo y medidas específicas, se sugiere un enfoque integrado para optimizar de manera más completa y adaptativa el rendimiento general de las ventas en el centro de capacitación para docentes en Trujillo.

Recomendaciones

1. Se Implementar una estrategia integral que combine el liderazgo transformacional con iniciativas específicas de aprendizaje organizacional, gestión del conocimiento y mejora de la satisfacción laboral en concordancia con el desempeño de la empresa. Asegurar una adaptación flexible de las estrategias de liderazgo transformacional a las condiciones específicas y considerar activamente factores externos. Este enfoque integrado potenciará de manera efectiva el impacto del liderazgo transformacional en las ventas, ofreciendo una respuesta más completa a los desafíos empresariales y favoreciendo la adaptabilidad a un entorno empresarial dinámico.
2. Se recomienda implementar un programa de desarrollo personalizado para fortalecer las habilidades de los vendedores, identificando áreas de mejora mediante

evaluaciones detalladas. Se sugiere revisar estrategias de ventas de manera exhaustiva, optimizando tácticas para maximizar el rendimiento global. Esta recomendación busca abordar las particularidades individuales de los vendedores y mejorar las ventas en el centro de capacitación para docentes en Trujillo.

3. En futuras investigaciones, se sugiere combinar enfoques cuantitativos con métodos cualitativos, como entrevistas o estudios de caso, para enriquecer la comprensión de las experiencias individuales y prácticas asociadas al liderazgo transformacional en contextos organizacionales específicos.

Referencias

- Agama Rodríguez, M. Á., & Espinoza Segura, J. M. (2022). Liderazgo transformacional en el control interno del área de ventas de una empresa de venta por catálogo en Lima, Lurín 2021.
- Al-Subaie, Abdulla Abdulaziz, Mohd. Nishat Faisal, Belaid Aouni, and Faisal Talib. 2021. "A Strategic Framework for Transformational Leadership Development in Megaprojects" *Sustainability* 13, no. 6: 3480. <https://doi.org/10.3390/su13063480>
- Arangoitia, R. (2019). El Liderazgo Transformacional y el Desempeño Laboral del Personal Administrativo de la Región Puno Unidad de Gestión Educativa Local YunguyoPuno, Año 2018 [Tesis de Maestría, Universidad Privada de Tacna]. <http://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/1409>
- Arana Avalos, R. M., & Ocampo Fano, G. X. Efectos del liderazgo transformacional en el desempeño laboral de la fuerza de ventas del sector consumo masivo de bebidas en el Perú, año 2020.
- Ardia, Sundring Pantja Djatib, Innocentius Bernartoc, Niko Sudibjod, Aneu Yulianeue, Hezkiel A.Nandaf & Kezia A.Nandag, (2020). *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. Volume 11, Issue 3. https://ijicc.net/images/vol11iss3/11322_Ardi_2020_E_R.pdf
- Arias Gonzáles, J. L., & Covinos Gallardo, M. (2012). Diseño y metodología de la investigación.
- Artal Castells, M. (2010). Dirección de ventas: Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores.

Burns, James MacGregor (1978), *Leadership*, Harper & Row, Publishers, Inc, New York, NY.

Castillo Saavedra, E. F., Medina Reyes, M. A., Bernardo Trujillo, J. V., Reyes Alfaro, C. E., & Ayala Jara, C. I. (2019). *Liderazgo y clima organizacional en trabajadores de establecimientos de salud de una microred de Perú*. *Revista Cubana de Salud Pública*, 45, e1351.

Castro, K. y Delgado, J. (2020). *Gestión del talento humano En el desempeño laboral, Proyecto Especial Huallaga Central y Bajo Mayo 2020*. *Revista Multidisciplinar*, 4(3), 684-703.
<https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/107/93>

Cojocar, William J (2009), “*Adaptive Leadership in the Military Decision Making Process*,” *Military Review*, 91 (6), 29-34.

Dubinsky, Alan J., Francis J. Yammarino, Marvin A. Jolson, and William D. Spangler (1995), “*Transformational Leadership: An Initial Investigation in Sales Management*,” *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 15 (2), 17-31.

Espinoza Caro, J. R. (2020). *Influencia del liderazgo de servicios en la fidelización de los clientes de la empresa CISESA sede Huaraz–2020*.

Eva , M. Robin , S. Sendjaya , D. van Dierendonck , RC Liden (2019) *Liderazgo de servicio: una revisión sistemática y un llamado para futuras investigaciones: la revisión anual trimestral de liderazgo para 2019* *The Leadership Quarterly* , 30 (1) (2019) , págs. 111 – 132

Fu, Qinghua, Jacob Cherian, Khalil-ur Rehman, Sarminah Samad, Mohammed Arshad Khan, Mohammad Athar Ali, Laura Mariana Cismas, and Andra Miculescu. 2022. "Enhancing

- Employee Creativity in the Banking Sector: A Transformational Leadership Framework" Sustainability 14, no. 8: 4643. <https://doi.org/10.3390/su14084643>
- Gesmypes. (2019). La importancia de las pequeñas y medianas empresas. <https://gespymes.es/la-importancia-de-las-pequenas-y-medianas-empresas/>
- González Vargas, M. A., & Salas Santos, H. W. Relación entre los estilos de liderazgo y el compromiso organizacional en medianas y grandes empresas del sector textil Gamarra 2019 al 2020.
- Gutu, Ioana, Daniela Tatiana Agheorghiesei, and Ionel Ciprian Alecu. 2022. "The Online Adapted Transformational Leadership and Workforce Innovation within the Software Development Industry" Sustainability 14, no. 12: 7408. <https://doi.org/10.3390/su14127408>
- Haresh Raulgaonkar & Manish Adhia (2019). "*Decoding Indian Pharma Sales Managers'*
- House, Robert J. (1977), "A 1976 *Theory of Charismatic Leadership. Working Paper Series 76-06,*" paper presented at the Southern Illinois University Fourth Biennial Leadership Symposium, Carbondale, Illinois, (October 26-28).
- Ingram, Thomas N., Raymond W. LaForge, Ramon A. Avila, Charles H. Schwepker, Jr., and Michael R. Williams (2012), "*Sales Leadership, Management, and Supervision,*" *Sales Management: Analysis and Decision Making*, 8th edition,
- Kılıç, Mahmut, and Orhan Uludağ. 2021. "The Effects of Transformational Leadership on Organizational Performance: Testing the Mediating Effects of Knowledge Management" Sustainability 13, no. 14: 7981. <https://doi.org/10.3390/su13147981>

- Lin, Mou, Azura Abdullah Effendi, and Qaisar Iqbal. 2022. "The Mechanism Underlying the Sustainable Performance of Transformational Leadership: Organizational Identification as Moderator" *Sustainability* 14, no. 23: 15568. <https://doi.org/10.3390/su142315568>
- Loli Pineda, Alejandro E. & García Rojas Gloria E (2021). "*Estilo de liderazgo predominante en los empresarios agrícolas de la provincia de Chiclayo, región Lambayeque- Perú*". *Revista de Investigación en Psicología*, Universidad Nacional Mayor de San Marcos. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8162663>
- Londoño, C. (2022). Leadership styles in the Ecuadorian public media. *Revista de comunicación*, 21(1), 251-272. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1684-09332022000100251&script=sci_arttext
- Martínez, A., Canal, A., Mipaz, J. y Franco, Y. (2020). Liderazgo y comunicación en administrativos y asistenciales en el hospital San Rafael. *Revista Criterios*, 27(1), 93-114. <https://revistas.umariana.edu.co/index.php/Criterios/article/view/2310/2526>
- MacKenzie, Scott B., Philip M. Podsakoff, and Gregory A. Rich (2001), "*Transformational and Transactional Leadership and Salesperson Performance*," *Journal of the Academy of Marketing Science*, 29 (2), 115-134.
- Maya, E., Zavala, J. J. A., & Argüelles, J. I. (2019). *Liderazgo directivo y educación de calidad. Cienciamatria*, 5(9), 114-129.
- Mochamad Soelton, Putri Pebriani, Muhammad Umar, Jaka Triwulan, Jaka Wilantara (2018) HOW TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP, COMMUNICATION, AND WORKLOAD ON THE EMPLOYEE PERFORMANCE AFFECT SHOES INDUSTRIES. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and*

Law, Vol. 17, Issue 5(December). http://seajbel.com/wp-content/uploads/2019/03/seajbel5-VOL17_241.pdf

Parra, O. B., & Guilianny, J. G. (2013). Algunas consideraciones teóricas sobre el liderazgo transformacional. *Telos*, 15(2), 165-177.

Rodriguez, Victor Hugo (2022). *“Liderazgo gerencial y competitividad laboral de Infocentro SRL, Jaén, Perú. Sapienza: International Journal of Interdisciplinary Studies.* <https://journals.sapienzaeditorial.com/index.php/SIJIS/article/view/345/219>

Salcedo, J. R. (2020). Liderazgo transformacional y desempeño laboral en los colaboradores de la empresa MBC Intercorp SAC, Chorrillos - 2020 [Tesis de Pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. <https://hdl.handle.net/20.500.13067/1093>

Salvador Poma, Y. S. (2018). Gestión de calidad con el uso de liderazgo transformacional en las Micro y Pequeñas Empresas del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores (motocicletas) de la ciudad de Huaraz, 2017.

Sánchez Rivera, M. G., & Servat Olaza, U. M. (2019). Relación de los estilos de liderazgo y el desempeño de la fuerza de ventas de una empresa multinivel 2019.

Sikandar Ali Qalati, Zuhaib Zafar, Mingyue Fan, Mónica Lorena Sánchez Limón, Muhammad Bilawal Khaskheli, (2022) Employee performance under transformational leadership and organizational citizenship behavior: A mediated model, *Heliyon*, Volume 8, Issue 11, e11374, ISSN 2405-8440, <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e11374>.

Vieira, Leticia Fernandes de Negreiros, Raj Agnihotri, Khashayar Afshar Bakeshloo (2021). *“Diferencias de percepción con respecto al liderazgo entre el gerente de la tienda y los empleados y su impacto en el desempeño de ventas de primera línea: una nota de*

investigación". The University of North Carolina at Chapel Hill, Chapel Hill, North Carolina, United States of America.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0022435920300750>

Vinh, Nguyen Quang, Luc Manh Hien, and Quang Hung Do. 2022. "The Relationship between Transformation Leadership, Job Satisfaction and Employee Motivation in the Tourism Industry" *Administrative Sciences* 12, no. 4: 161.

<https://doi.org/10.3390/admsci12040161>

Zaw, Phyu Phyu, and Yoshi Takahashi. 2022. "Effect of Transformational Leadership on Contextual Performance Mediated by Work Engagement and Moderated by Mindful Awareness" *Merits* 2, no. 4: 241-257. <https://doi.org/10.3390/merits2040017>

Anexos

Anexo 1: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	CONCEPTUALIZACION	DIMENSIONES	METODOLOGIA
GENERAL ¿Cómo se relaciona el liderazgo transformacional con las ventas de la empresa de capacitación para docentes en la ciudad de Trujillo, en el año 2022?	GENERAL Evaluar la relación entre el liderazgo transformacional y las ventas de la empresa de capacitación para docentes en la ciudad de Trujillo, en el año 2022	GENERAL El liderazgo transformacional tiene una relación alta con las ventas de la empresa de capacitación para docentes en la ciudad de Trujillo, en el año 2022.	INDEPENDIENTE Liderazgo transformacional DEPENDIENTE Ventas	DEFINICIÓN LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL Arana y Ocampo (2020) Bass y Avolio (1994) El liderazgo transformacional es un tipo de liderazgo que anima a los seguidores a superar las expectativas y aumentar su ambición de logro y superación. Requiere que el líder dé prioridad al desarrollo organizativo y transmitir confianza, al tiempo que eleva los niveles morales y éticos de los seguidores.	DIMENSIONES LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL AL <ul style="list-style-type: none"> • Estimulación intelectual • Influencia Idealizada • Motivación inspiradora • Consideración Individualizada 	El tipo de investigación según su finalidad es aplicada. Según su naturaleza es cuantitativa. El diseño de investigación a realizar para este estudio es de tipo no experimental Investigación Correlacional Instrumento de medición: la encuesta, técnica la escala de Likert
	ESPECIFICOS 1°.- Evaluar en qué nivel se aplica el liderazgo transformacional en la empresa de capacitación para docentes, en la					

ciudad de Trujillo,
en el año 2022.

2°.- Evaluar el nivel
de las ventas en el
centro de
capacitación para
docentes, en la
ciudad de Trujillo,
en el año 2022.

DEFINICIÓN VENTAS

Diez et al., (2003), define a la
ventas como el elemento
humano que hace posible que
los productos y servicios de
una empresa trabajen en
conjunto bajo un contrato
empresarial, con un fin común
el cual es el beneficio
económico para una
organización.

Anexo 2: Encuesta

Tema: El Liderazgo Transformacional y su Relación con las Ventas de una Empresa de Capacitación para Docentes, Trujillo 2022

VARIABLES: LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL Y VENTAS

Instrucción:

A continuación, se presenta una serie de ítems para que sean respondidos por usted. Lea detenidamente cada enunciado, marque una sola alternativa con un X en la casilla correspondiente al enunciado elegido. Es fundamental su absoluta sinceridad dentro de las respuestas, pues de ellas depende el éxito de la presente investigación.

Escala de Likert

1	2	3	4	5
De vez en cuando	Alguna vez	Con bastante frecuencia	Frecuentemente	siempre

VARIABLE: LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL					
Ítems	Puntaje				
	1	2	3	4	5
ESTIMULACIÓN INTELECTUAL					
1. Examina mis ideas ante un problema crítico y cuestiona si son apropiadas					

2. Busca diferentes perspectivas al resolver problemas					
3. Me hace ver los problemas desde diferentes ángulos					
4. Sugiere nuevas formas de ver cómo completar las tareas					
INFLUENCIA IDEALIZADA					
5. Habla sobre sus valores y creencias más importantes					
6. Me infunde orgullo por estar asociado a él/ella					
7. Especifica la importancia de tener un fuerte sentido de propósito					
8. Va más allá del interés propio por el bien del grupo					
9. Actúa de maneras que construyen mi respeto					
10. Considera las consecuencias morales y éticas de las decisiones					
11. Demuestra una sensación de poder y confianza					
12. Destaca la importancia de tener un sentido colectivo de la misión					
MOTIVACIÓN INSPIRADORA					
13. Habla con optimismo sobre el futuro					
14. Habla con entusiasmo sobre lo que hay que lograr					
15. Articula una visión convincente del futuro					

16. Expresa confianza en que se alcanzarán los objetivos					
Consideración Individualizada					
17. Pasa tiempo enseñando y entrenando					
18. Me trata como un individuo y no solo como un miembro de un grupo					
19. Considera que tengo necesidades, capacidades y aspiraciones diferentes a las de los demás					
20. Me ayuda a desarrollar mis fortalezas					

Anexo 3: Confiabilidad

Resultados de confiabilidad de las dimensiones de Liderazgo

Estimulación Intelectual

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,953	4

Influencia Idealizada

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,972	8

Motivación Inspiradora

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,957	4

Consideración Individualizada

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,949	4

Anexo 4: Resultados de relación de Pearson por mínimos cuadrados

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Estadísticos de cambio				
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl 1	gl 2	Sig. Cambio en F
1	,953 ^a	,908	,905	1817,95456	,908	277,413	1	28	,000

a. Predictores: (Constante), Liderazgo Transformacional

Anexo 5: Prueba de normalidad

Prueba de normalidad de datos

	Shapiro-Wilk	
	Estadístico	gl Sig.
Estimulación intelectual	,873	30 ,002
Motivación inspiradora	,873	30 ,002
Consideración individualizada	,864	30 ,001
Influencia idealizada	,866	30 ,001
Liderazgo transformacional	,866	30 ,001

Los resultados de las dimensiones del liderazgo transformacional mostraron que siguen una distribución no normal según la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk (Tabla 4), ya que el nivel de significancia es menor al 5%.