



Estilos de liderazgo exitosos para empresas de venta directa de Guayaquil - Ecuador

Successful leadership styles for direct sales companies in Guayaquil - Ecuador

Estilos de liderança de sucesso para empresas de vendas diretas em Guayaquil - Equador

María José Caicedo Soto ^I

mcaicedo7985@pucesm.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-0099-7608>

Vicente Fabricio Alvarez Tituano ^{II}

fabricioalvareztituano@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-7657-6821>

Correspondencia: mcaicedo7985@pucesm.edu.ec

Ciencias Técnicas y Aplicadas

Artículo de Investigación

* **Recibido:** 23 de junio de 2022 * **Aceptado:** 12 de julio de 2022 * **Publicado:** 15 de agosto de 2022

- I. Ingeniera en Electrónica y Telecomunicaciones graduada en la Escuela Superior Politécnica del Litoral en el año 2012. Maestrante en Administración de Empresas - PUCE Sede Manabí, Experiencia de 8 años en el campo comercial como Gerente Regional de Ventas en Natura & Co. – Productos Avon en Ecuador y en desarrollo de perfiles comerciales de la venta directa. Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí, Ecuador
- II. 17 años de experiencia Docente en grado y postgrado, y 20 años de praxis profesional en las áreas del Comercio Exterior, Marketing y Emprendimiento, Revisor de artículos científicos de la revista empresarial de la universidad Blass Pascal de Córdoba Argentina, Autor y Coautor de varios artículos científicos, revisor y tutor de tesis, actualmente en la Dirección Ejecutiva del Centro de Servicios Profesionales de la PUCEM y Coordinador de la Maestría en Gestión del Talento Humano, Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí, Ecuador.

Resumen

El presente artículo exhibe como finalidad realizar un análisis de los estilos de liderazgo exitosos en empresas de venta directa localizadas en la ciudad de Guayaquil, el fenómeno que da surgimiento al estudio se deriva de las características del líder para gestionar a los colaboradores de la fuerza comercial e influir en el desempeño que tengan en la ejecución de sus labores. En la parte teórica se hace una aproximación a la conceptualización y tipo de liderazgo que tienen las organizaciones, por su parte, la metodología implementada es de tipo descriptiva con enfoque cuantitativo, bajo esta perspectiva se utilizó como técnica la encuesta para poder recolectar información sobre la percepción de los colaboradores de estas entidades y relacionar el liderazgo con el rendimiento del área. Los resultados exhibidos demuestran que las empresas de venta directa implementan cualidades de Liderazgo Transformacional, Liderazgo Transaccional y Liderazgo estratégico, de los cuales, el primero mencionado tiene mayor relación al éxito al reflejar mejor rendimiento y cumplimiento en los objetivos de ventas.

Palabras Clave: Liderazgo; Liderazgo transformacional; Liderazgo Transaccional o Liderazgo estratégico; Empresas de venta directa; Fuerza comercial.

Abstract

The purpose of this article is to carry out an analysis of successful leadership styles in direct sales companies located in the city of Guayaquil, the phenomenon that gives rise to the study is derived from the characteristics of the leader to manage the collaborators of the commercial force. and influence the performance they have in the execution of their tasks. In the theoretical part, an approximation is made to the conceptualization and type of leadership that organizations have, on the other hand, the implemented methodology is descriptive with a quantitative approach, under this perspective the survey was used as a technique to be able to collect information on the perception of the collaborators of these entities and relate the leadership with the performance of the area. The results shown show that direct sales companies implement qualities of Transformational Leadership, Transactional Leadership and Strategic Leadership, of which the first mentioned is more related to success by reflecting better performance and fulfillment of sales objectives.

Keywords: Leadership; transformational leadership; Transactional Leadership or Strategic Leadership; Direct sales companies; commercial strength.

Resumo

O objetivo deste artigo é realizar uma análise dos estilos de liderança bem-sucedidos em empresas de vendas diretas localizadas na cidade de Guayaquil, o fenômeno que dá origem ao estudo é derivado das características do líder para gerenciar os colaboradores da força comercial . e influenciam o desempenho que têm na execução de suas tarefas. Na parte teórica faz-se uma aproximação à conceptualização e tipo de liderança que as organizações têm, por outro lado, a metodologia implementada é descritiva com uma abordagem quantitativa, nesta perspectiva utilizou-se o inquérito como técnica para poder recolher informações sobre a percepção dos colaboradores dessas entidades e relacionar a liderança com a atuação da área. Os resultados apresentados mostram que as empresas de vendas diretas implementam qualidades de Liderança Transformacional, Liderança Transaccional e Liderança Estratégica, sendo a primeira citada mais relacionada ao sucesso por refletir melhor desempenho e cumprimento dos objetivos de vendas.

Palavras-chave: Liderança; liderança transformacional; Liderança Transaccional ou Liderança Estratégica; Empresas de vendas diretas; força comercial.

Introducción

El presente estudio se centra en el liderazgo como parte de la cultura organizacional y elemento influyente en el éxito de las entidades de venta directa y, por ende, en sus ventas. El liderazgo es un concepto investigado y tratado desde hace varios años por diversos autores, quienes lo han considerado como un elemento esencial para direccionar personas; el liderazgo se lo analizaba en primera instancia como una cualidad individual, para después ser visto como una dinámica global y social, surgiendo para 1939 la teoría del comportamiento de Lewin, Lippit y White, planteando cómo el éxito del liderazgo se vincula con los subordinados, considerando que el comportamiento del líder ejerce influencia en el resto de colaboradores (Salguero & García, 2017).

Mencionado lo anterior, se debe indicar que, en la actualidad, las empresas buscan obtener competitividad dentro del desarrollo de sus procesos para poder generar óptimos resultados frente a la competencia del mercado, situación que se vincula de forma directa con el tipo de liderazgo que aplican los diferentes directivos para conducir a sus subordinados en el logro de metas de la organización. En un estudio efectuado en México donde se comparó el enfoque de un líder transaccional, transformacional y Laissez-Faire, se observó que el esfuerzo extra del personal se

asociaba con mayor frecuencia al primer estilo mencionado, además, se indicó que un 57,4% de los subordinados mencionaron que su contribución dependía también del liderazgo que se gestan por gerentes de mando medio o funcionales (Bernal, Lucio, & Pedraza, 2018).

Con la información anterior se demuestra que los estilos de liderazgo terminan influenciando en el desarrollo productivo del personal. Sobre este tema Álava y Vega (2017) exponen que un mal liderazgo puede acarrear en problemas internos dentro de las empresas como mal clima laboral, empleados insatisfechos, descoordinación en procesos, falta de productividad, entre otros inconvenientes.

Estos escenarios también se los puede contextualizar en Ecuador, se menciona por parte de Enderica et al. (2018) que el nivel de liderazgo dentro de las entidades de actividades comercio es medio con un aproximado de 3,6 a 4,5 en ponderación. Es decir, que el nivel de aplicación de modelos de liderazgo por parte de los directivos es moderado, entendiéndose que deben seguirse mejorando para conseguir mejores resultados.

Conforme a lo mencionado, se denota que el estudio conlleva a la examinación de una variable de la gestión de las empresas, esta es el liderazgo, enfoque que al descuidarse termina perjudicando en la reciprocidad productiva de los empleados, por esto, se plantea analizar como este elemento se implementa en las entidades de venta directa de la ciudad de Guayaquil, y medir la capacidad de influencia en el empleado y su desenvolvimiento. La pregunta que se busca responder dentro del estudio es: ¿Qué tipos de liderazgo garantizan el éxito en las empresas de venta directa de la ciudad de Guayaquil?

Como justificación se debe indicar que el estudio presenta un aporte teórico al indagar sobre la relevancia del liderazgo en las empresa, conforme a esto, Capa, Benítez y Capa (2018) mencionan que estas acciones se enfocan en guiar a las personas a la consecución de resultados de forma óptima al ser una fuente que genera ventaja competitiva, por lo que, su implementación y desarrollo dentro de las organizaciones se convierten en vital para el logro de su visión de negocio.

También se presenta una justificación práctica que permitirá identificar qué grado de liderazgo tienen estas entidades, para que los directivos de estas organizaciones formulen nuevas acciones que permitan mejorar en este aspecto y contribuir en el desarrollo de sus labores cotidianas.

Por su parte, la hipótesis que se plantea en el estudio corresponde a: El tipo de liderazgo incide en el éxito comercial y fortalecimiento de la cultura organizacional en las empresas de venta directa.

Conforme a lo mencionado, el estudio plantea como objetivo general:

- Analizar los estilos de liderazgo exitosos en empresas de venta directa de Guayaquil.

De igual forma, del objetivo general se desprenden los siguientes objetivos específicos del estudio:

1. Conocer los aspectos teóricos sobre los tipos y estilos de liderazgo que se implementan en las organizaciones.
2. Identificar cuáles son los estilos de liderazgo utilizados dentro de las empresas de venta directa en Guayaquil.
3. Determinar cuál es el estilo de liderazgo más exitoso y de mayor impacto dentro las empresas de venta directa en Guayaquil.

1. Fundamentación teórica

2. Antecedentes del problema

En el contexto internacional se puede referenciar el estudio presentado por Melián (2017) se observa a la cultura organizacional como un elemento que incide en el rendimiento de los equipos de trabajo, dentro de los aportes dejados por la investigación se debe indicar que existe una relación positiva entre elemento y el logro de objetivos, también se expone que los grupos de trabajo exhibirán comportamientos reflexivos para poder lograr las finalidades organizacionales, y se orientará su rendimiento a los resultados esperados.

Con base en lo anterior, se observa un resultado de correlación positiva para la hipótesis de la influencia de una cultura organizacional en el equipo de trabajo, considerándola como una variable que permite generar pensamientos reflexivos por parte de los subordinados que los conduzcan a desempeñar de forma correcta y eficiente, siendo muy resaltante el hecho de ocasionar reflexión en el pensamiento de los trabajadores, permitiendo que sean autocríticos sobre como realizan sus labores y oportunidades de mejora.

A nivel nacional se analizó al estilo de liderazgo como una forma de conducción de la productividad en las organizaciones, Cabrejos y Suarez (2019) mencionaron que un nivel de productividad adecuado del 60% se consiguió dentro de una determinada entidad que aplicaba un 54% de liderazgo, demostrando un vínculo entre ambas variables a estudio y denotando la relevancia de estos procesos.

La referencia exhibe otro aporte positivo que demuestra un vínculo, en este caso, del liderazgo con la productividad, la cercanía entre la productividad obtenida y el liderazgo ejercido permiten aproximar a este segundo elemento como parte del contexto que permite conseguir dichos

resultados, por lo tanto, se puede apreciar esta característica (Liderazgo) puede permitir mejorar y conducir al personal en un correcto rendimiento.

Por su parte, en la investigación de Sánchez y Servat (2019) que comparó la capacidad de incidencia del liderazgo sobre la fuerza comercial de una entidad, pudo determinarse que existe influencia del líder en la capacidad de desempeño del área de ventas, siendo el enfoque transformacional el destacado por conseguir mejores resultados al buscar alentar e innovar dentro de los grupos de trabajo.

Dentro del párrafo anterior, se resalta un tipo de liderazgo en específico, en este caso el transformacional, el cual, se menciona que, al generar motivación y apertura a la innovación, ha permitido que responsables de la fuerza comercial mejoraran su rendimiento, con base en esto, se puede indicar también que el factor de tipo de liderazgo puede ser otro elemento para identificar para poder observar si ese estilo de liderazgo termina siendo propicio para las entidades de venta directa.

3. Variables y definición conceptual y operacional

Liderazgo

Al examinar los orígenes del liderazgo la historia nos remonta al Periodo de las Primaveras y Otoños de China (722-481 a.C.), en donde el pensador Confucio (Kung Fu-Tse) en 1975 expuso que la autoridad la tiene el amo, por ser quien tomaba las decisiones, en este sentido, mencionaba que ciertas personas nacieron para mandar y otras para obedecer, con base en esto, recorrió gran parte de la nación para convencer a los señores feudales sobre como liderar a sus reinos para ser más eficaces, también se propuso esta sistematización de la cultura china por parte de Sun Tzu en el libro “El arte de la guerra” (Rivas, 2020).

Posteriormente se produce la teoría de los rasgos de Lewin, Lippit y White (1939) que hacen enfoque en comportamientos como: autoritario-explotador, autoritario-benévolo, participativo y consultivo, los cuales podrían definir el éxito del líder dentro de una organización en su relación con los subordinados; también se menciona que dicha actitud que refleja el líder no solo termina incidiendo en el colaborador, sino que también en su comportamiento propio dentro de las labores. Para las décadas 50 y 60 se producen las teorías conductuales o del comportamiento, donde se menciona las conductas del líder como una relación hacia la efectividad que exhibe su direccionamiento, principalmente se reconoce por estudios realizados por las universidades de Ohio y Michigan; otra teoría es la de Contingencia – Situacional, en este enfoque se produce críticas

a las teorías mencionadas previamente, indicando que no solo bastaría con identificar rasgos y comportamientos, dado que, la efectividad del liderazgo es variable ante cada contexto (Torres, 2020).

Por su parte, el liderazgo dentro de las empresas se puede considerar como la capacidad para influir en los subordinados y hacer que estos individuos enfoquen sus esfuerzos en contribuir a la organización y otorgar valor en su desarrollo, por lo que, la persona que lidera afectará de forma positiva o negativa en la realización de una meta (Leal, Albornoz, & Rojas, 2016).

En cuanto a lo referenciado, el liderazgo es la característica de guiar a un grupo de personas, en el caso de las empresas corresponde al individuo con aptitudes y actitudes para gestionar a su personal, para conducirlos al éxito organizacional. Entre la intervención de cada líder en las organizaciones, el estilo de liderazgo puede variar, entre los que están los siguientes:

Tabla

1

Estilos de liderazgo

Estilos	Descripción
Liderazgo Transformacional	Bass (1985) indica que el líder debe motivar a los colaboradores para que se desempeñe con expectativas de innovación, transformación de actitudes y valores; estos líderes se los observa como gente de cambio.
Liderazgo Transaccional	No se fundamenta en un vínculo de dar y recibir, expone un enfoque donde el líder promueve diversos resultados mediante el ejemplo y visión suya.
Liderazgos estratégicos	Es la capacidad del líder para anticiparse a situaciones y plantear soluciones estratégicas que permitan el logro de metas; se lo considera un estilo muy completo porque estudia, extrae y asume enfoque de otros estilos.

Nota. Adaptado de Uzurriaga, Osorio y Arias (2020)

Ventas y fuerza de ventas

Son las actividades relacionadas a la oferta de bienes y servicios para generar transacciones mutuas de entrega de estos a cambio de la cancelación de un valor monetario. El crecimiento de las ventas puede evaluarse bajo varios parámetros como la intensidad de trabajo, intensidad de capital, frecuencia de consumo, entre otros elementos (Bernal D. , 2018). Es decir, las ventas son las operaciones que provocan ingresos para la entidad por otorgar bienes o servicios que se ofertan al cliente, quien entrega un valor monetario; en estos procesos la fuerza comercial tiene una gran relevancia por ser las personas encargadas en concretar las transacciones de ventas de un negocio.

La fuerza de ventas se conforma de los vendedores de la empresa, en donde, el gerente de ventas debe centrar sus análisis en comprender los determinantes que influyen en el desempeño, considerando que dentro de este ámbito pueden afectar factores internos o individuales y factores externos (Varias & Zambora, 2019). Reconociendo bajo este pensamiento, que es importante medir el desempeño del área de ventas por parte del supervisor y reconocer las cualidades que tiene.

Anderson y Oliver (197) consideran que el desempeño de las ventas corresponde a evaluaciones fundamentadas en lo que se produce en resultados de ventas, así como lo que se hace vinculado al comportamiento de ventas, reflexionando la habilidad de ventas y las actividades ejecutadas (Bullemore & Cristóbal, 2021). Entre los indicadores que sirven para evaluar el desempeño de la fuerza comercial están: a) Mediciones objetivas: Salida (Pedidos, cuentas), Entrada (Visitas, tiempo) y Razones (Gastos, cuentas y servicios); b) Mediciones subjetivas: Resultados reflejados por las ventas, Conocimiento, aptitudes, Relación con clientes, Gestión de zona y Cualidades del personal (Acosta, Salas, Jiménez, & Guerra, 2018).

De los indicadores para medir el rendimiento de la fuerza comercial, primero se observa una evaluación objetiva sustentada por las salidas de pedidos por parte de ventas y la entrada de clientes producida; mientras que la subjetividad toma netamente valores de ventas fundamentadas en los resultados de la fuerza comercial, así como el conocimiento que tienen para el área, relación con los clientes, la forma de administrar su zona de ventas y cualidades particulares de cada vendedor.

4. Metodología e instrumentos

5. Diseño metodológico

La investigación presenta un estudio de tipo descriptivo que busca definir la situación de las empresas de venta directa en lo que respecta a su gestión de liderazgo para la generación del éxito de la organización, sobre esta metodología Hernández, Fernández y Baptista (2014) mencionan que “Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (pág. 92).

El enfoque que emplea la investigación es de tipo cuantitativo por medir aspectos estadísticos en la recolección y análisis de datos que permitan identificar el grado de entidades que emplean enfoques de liderazgo, los tipos de liderazgo que implementan y la influencia dentro de la organización.

6. Población, Diseño muestral

La población de estudio estará conformada por las entidades de venta directa de la ciudad de Guayaquil dedicada a actividades de comercio de productos de cosméticos y artículos de belleza, que según el Directorio de Empresas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2021) se estructura por 1.733 entidades.

Con base en el universo de estudio mencionado en el párrafo anterior se aplica un muestreo probabilístico Aleatorio Simple que radica en la selección de elementos que tienen la misma posibilidad de ser seleccionados. Para la determinación de la muestra se aplica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{(e)^2 * (N-1) + (Z^2 * p * q)}$$

N: 1.733

Z: Nivel de confianza (90%), coeficiente de confianza (1,65)

p: Probabilidad de éxito (50%).

q: Probabilidad de fracaso (50%).

e: Error muestral (10%).

$$n = \frac{1,65^2 * 1.733 * 0,5 * 0,5}{(0,1)^2 * (1.733 - 1) + (1,65^2 * 0,5 * 0,5)}$$

El resultado da 65,53 elementos que equivale a 66 encuestas a realizar a las entidades de este sector.

Para una mejor comprensión del universo de estudio se muestra la siguiente tabla:

Tabla

2

Población efectiva y muestra

Población efectiva	Muestra
1.733	66

7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Encuestas

Le técnica de recolección de información para el presente estudio será la encuesta, esta herramienta permitirá comparar estadísticamente los resultados que indiquen los encuestados y exhibir la relación que muestra el liderazgo y el desempeño de las entidades encuestadas.

Cuestionarios

El instrumento se determina de acuerdo con la técnica, en este caso, al emplearse una encuesta se utiliza como recursos el cuestionario, el cual consistirá en preguntas cerradas de opciones múltiples

para recolectar datos de la muestra, cuyos fines serán académicos y estructurados para medir la relación entre el liderazgo de las entidades y el éxito obtenido. (Ver anexos 1)

8. Resultados y discusión

En la sección de análisis de resultados se presentará una apreciación de la información obtenida del instrumento de recolección de datos aplicado (Encuesta), para medir las características de liderazgo que visualizan los empleados dentro de las empresas en que laboran, esto se presenta a continuación.

9. Resultados y análisis de encuestas

La información se presentará en tres secciones, en la primera se exhibirán los resultados más relevantes sobre las interrogantes de liderazgo, en la segunda los resultados más relevantes sobre las interrogantes de fuerza de ventas y en la tercera un análisis de los resultados que se vinculan entre el enfoque de liderazgo del negocio y el rendimiento en ventas que evidencian los empleados, con la finalidad de relacionar el rendimiento obtenido por las empresas según las características de liderazgo que emplean. Posteriormente se analizará las principales contribuciones generadas en la sección de discusión. El total de resultados pueden observarse en el Anexo 3 del presente artículo.

a) Preguntas sobre estilo de liderazgo

1. A su criterio, ¿Incide la motivación que ejerce el líder en su desempeño como empleado?

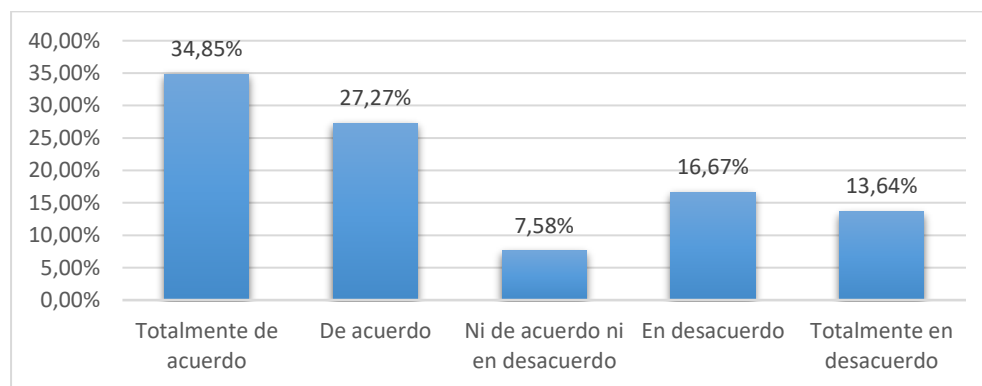


Figura 1 Respuestas relacionadas a la motivación en las empresas de venta directa

El resultado que se expone en la figura anterior permite observar que la mayoría de los participantes consideran a la motivación del líder como influyente en su desempeño, por lo que muestran una tendencia cercana a un estilo de liderazgo transformacional al denotar que buscan incentivar al personal, dado que, la motivación es uno de los aspectos centrales de este enfoque de líder, esto se evidencia en los resultados con un 34,84% que está totalmente de acuerdo.

2. ¿Considera que el ejemplo que pone el líder dentro de la organización es importante para mejorar el rendimiento de los colaboradores?

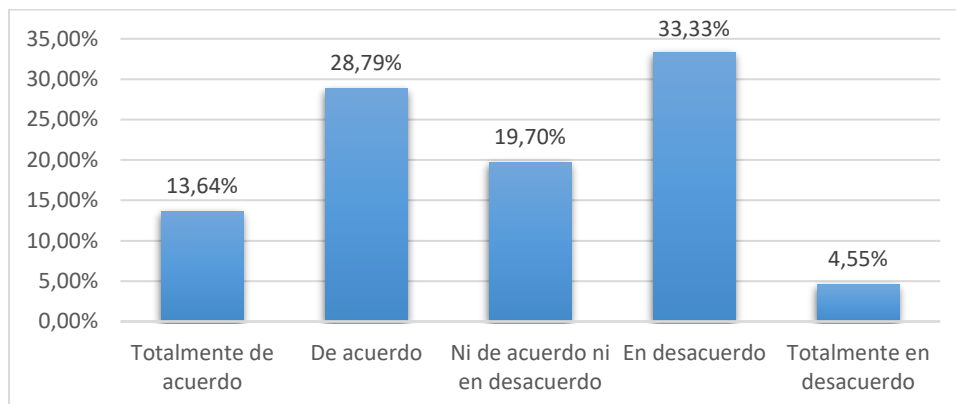


Figura 2 Respuestas relacionadas al ejemplo del líder en las empresas de venta directa

El ejemplo del líder no se observa como una tendencia en estas empresas, por lo que los participantes no muestran estar de acuerdo con la afirmación, esto se evidencia con el 33,33% en los resultados. Solo un 28,79% está de acuerdo con la incidencia de estos elementos dentro de sus labores.

3. Califique Ud. ¿Incide el enfoque estratégico del líder para direccionar al personal en el desarrollo de las labores?

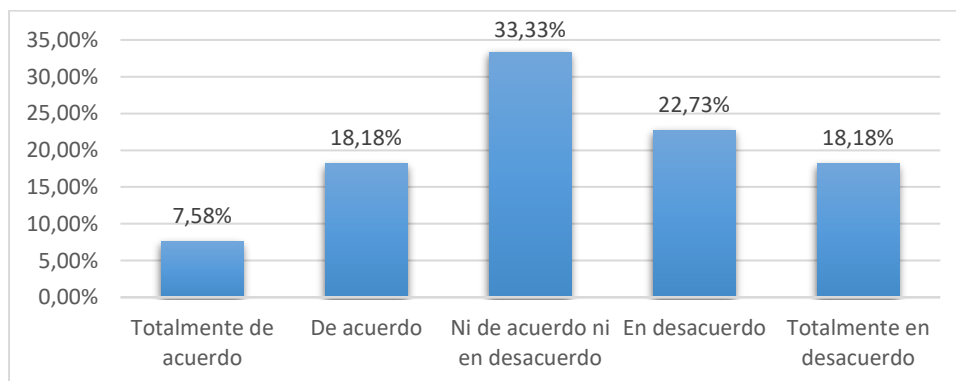


Figura 3 Respuestas relacionadas al enfoque estratégico del líder en las empresas de venta directa

La figura anterior muestra una perspectiva de liderazgo estratégico, el cual, no se observa como una tendencia dentro de estas instituciones, solo un 7,58% lo visualiza como un factor que está influyendo en sus empresas, mientras que el 22,73% está en desacuerdo. Por lo tanto, no es un elemento comúnmente aplicado dentro de estas organizaciones.

4. ¿Su líder le proporciona asistencia o recompensas a cambio de sus esfuerzos?

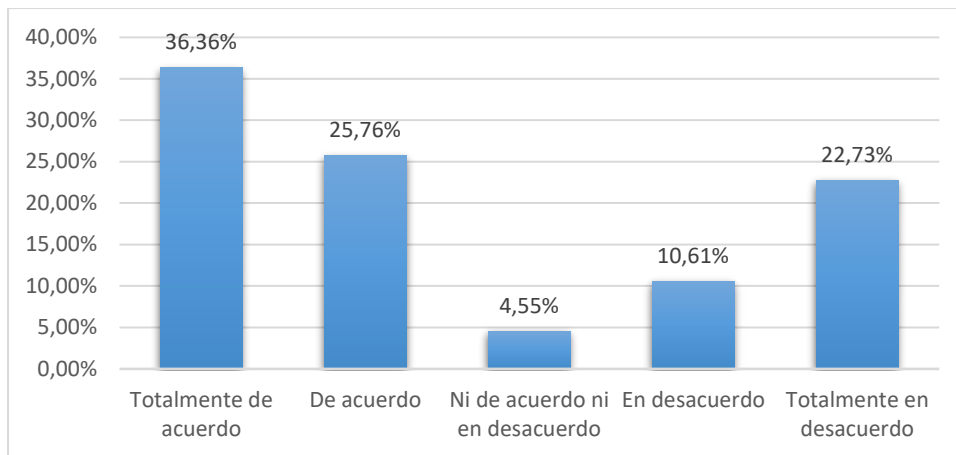


Figura 4 Empresas que emplean un sistema de recompensas

Los resultados de la figura anterior reflejan como las organizaciones de venta directa emplean sistemas de motivación con su cartera de empleados, esto se evidencia al denotar que se proporciona por parte de líder un sistema de recompensa, el 36,36% está totalmente de acuerdo con esta afirmación, entendiéndose que es una medida es comúnmente aplicada por parte de los directivos.

7. Desde su perspectiva ¿Qué tipo de característica ponderaría como la más importante dentro del liderazgo en su organización?

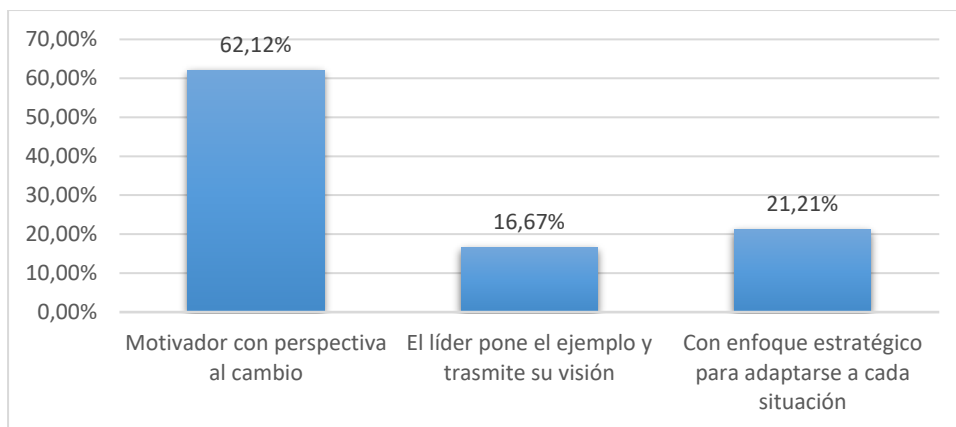


Figura 5 Características de estilo de liderazgo que destacan en la empresa de venta directa

Sobre la cualidad de liderazgo que mayormente visualizan los empleados dentro de las organizaciones, se denota que el 62,12% mencionó que existe una mayor existencia de un líder motivador con un enfoque al cambio, por su parte el 21,21% observa un líder estratégico y un 16,67% un líder fundamentado en poner el ejemplo. Esto afirma los resultados expuestos en la primera interrogante que denotaban a empleados con mayor apego a un líder motivador.

10. ¿Se siente conforme con el estilo de liderazgo aplicado actualmente en su organización?

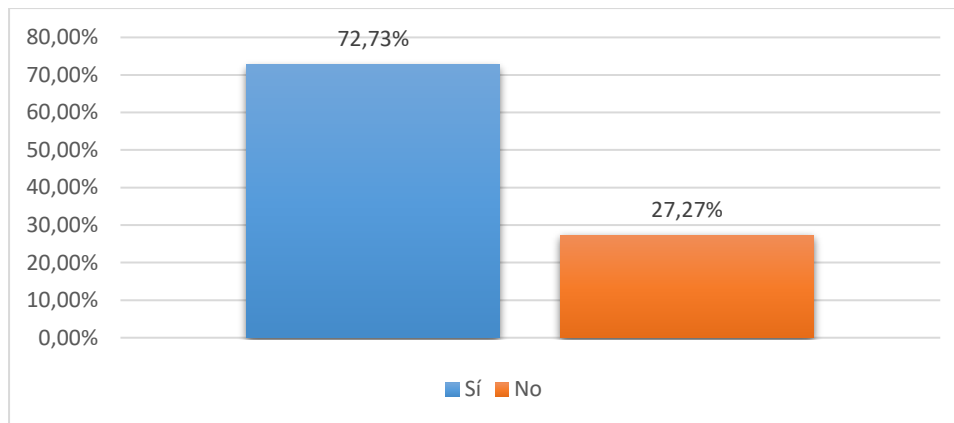


Figura 6 Satisfacción del empleado con el estilo de liderazgo

La interrogante 10 revelará el conformismo del empleado con respecto a la forma de liderar de su supervisor, en este sentido un 72,73% muestra estar conforme con el estilo que se aplica en la organización, el nivel de insatisfacción en estas empresas es del 27,27%, es decir, que esta cantidad de personal puede mostrar un menor desempeño al no estar conforme con la forma que se los dirige en la actualidad.

b) Preguntas sobre fuerza de ventas

1. ¿Se trasmite un conocimiento claro de las metas campañas por parte de su supervisor?

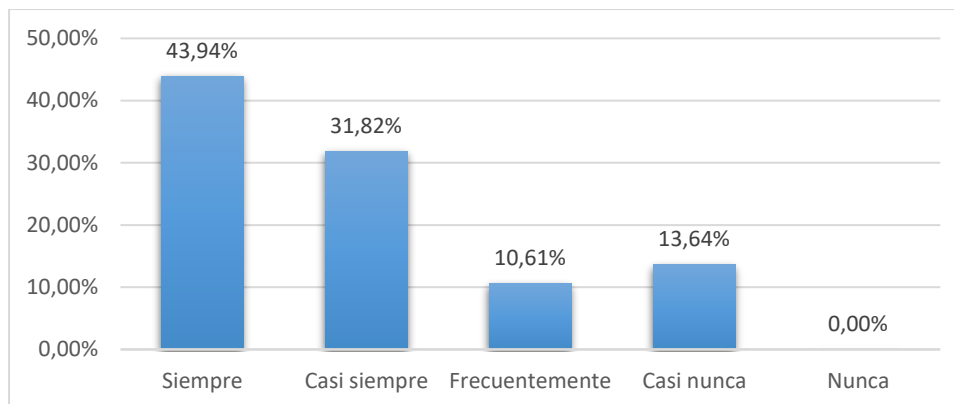


Figura 7 Líderes que transmiten metas campañas

La primera interrogante muestra una tendencia de líder a direccionar al empleado sobre los objetivos a conseguir que tiene la organización y su área, el 43,94% menciona estar totalmente de acuerdo y el 31,82% está de acuerdo, por lo tanto, es un aspecto que sí cubren los supervisores de estas entidades, valorándose como un factor de guía previa para acercar al empleado a la misión que se desea alcanzar.

7. ¿Influye el estilo de liderazgo en el rendimiento del área de ventas?

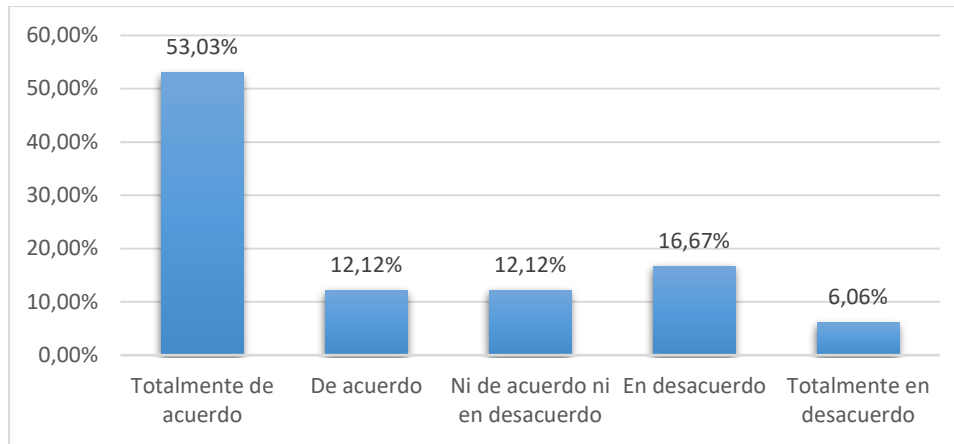


Figura 8 Percepción de la influencia del estilo de liderazgo en el rendimiento

El 53,03% de los encuestados menciona que el liderazgo es una variable que sí influye dentro del rendimiento de ventas de estas empresas, solo un 6,06% y 16,67% no se encuentra de acuerdo con esta afirmación. Por lo tanto, se comprende que la fuerza comercial siente injerencia del líder dentro del desempeño de sus labores de ventas.

8. Del desarrollo (positivo o negativo) en ventas ¿Cuánto le atribuye Ud. al liderazgo dentro de su organización?

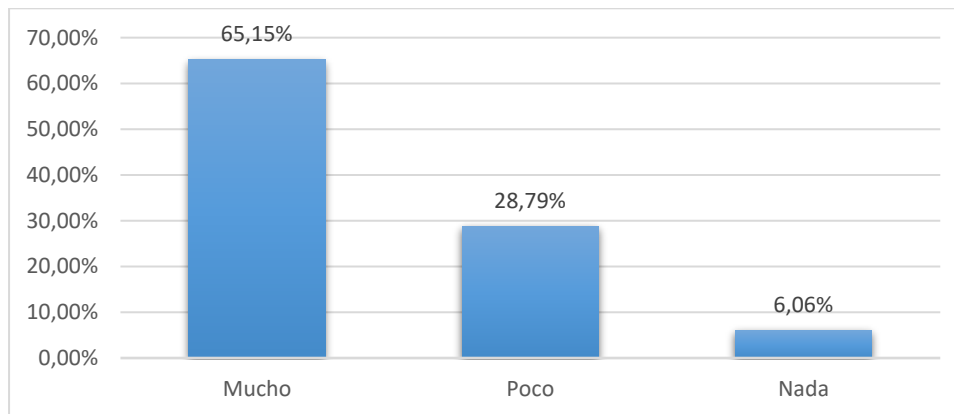


Figura 9 Percepción de la influencia del estilo de liderazgo en el desarrollo de ventas

El 65,15% expresa que el desarrollo de las ventas obtenido en las empresas se deriva del liderazgo que muestra el supervisor, es decir, que tanto sea obtenga un resultado positivo o negativo, existe gran injerencia de las características de quien los lidera, solo un 6,06% no vinculan el resultado al tipo de liderazgo.

9. ¿Con que frecuencia cumple con el presupuesto de ventas a su cargo?

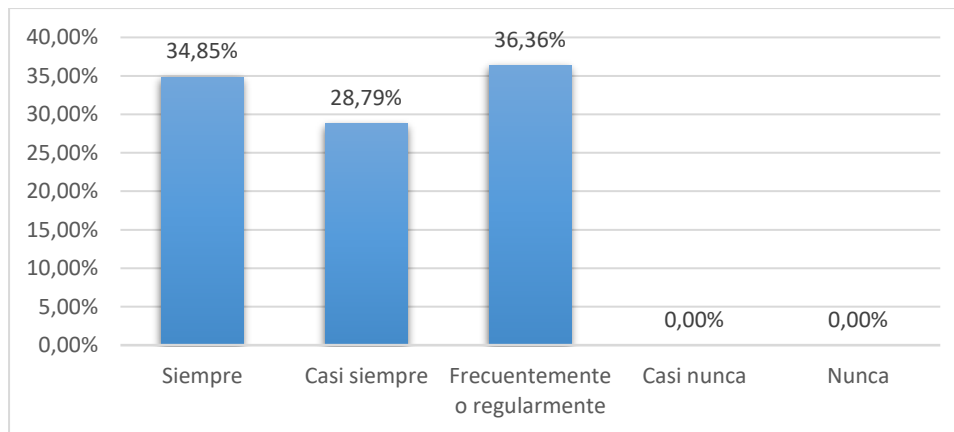


Figura 10 Cumplimiento en metas de ventas

El cumplimiento de objetivos de ventas de las áreas permite observar que la mayoría del personal lo cumple de forma regular con un 36,36%, un 34,85% menciona que lo cumple siempre y el 28,76% lo expresa que lo cumple casi siempre, estos resultados con la base para determinar el resultado de éxito según el estilo de liderazgo que se expresa en la tercera sección del análisis de encuestas. Este resultado refleja un resultado positivo por parte de las empresas, indicando que la acción de motivación está obteniendo sus resultados.

10. ¿Cómo se mantiene el desempeño en ventas?

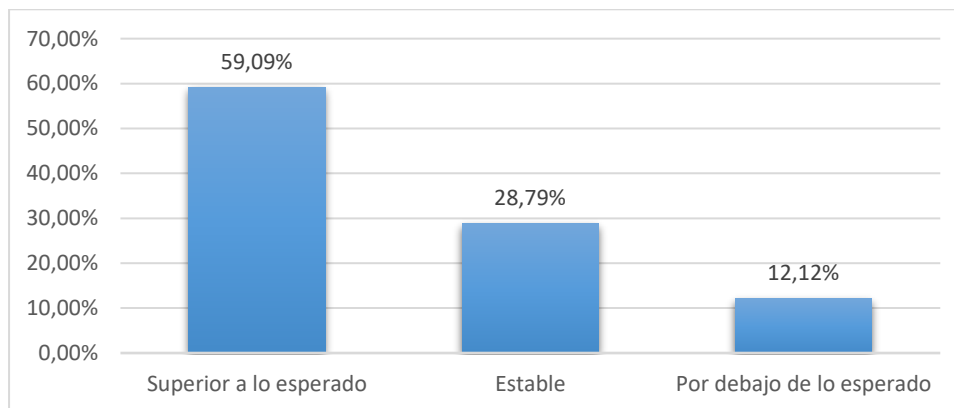


Figura 11 Desempeño de ventas

La última interrogante busca reconocer como califican el rendimiento tenido según el rendimiento que se espera por la organización, conforme a la encuesta se evidencia que un 59,09% expresa estar por encima de los esperado, un 28,79% expresa estar estable y solo un 12,12% por debajo de lo que se espera.

c) Análisis del estilo de liderazgo y rendimiento en ventas

Tabla

3

Resultados de cumplimiento de meta de ventas según el estilo de liderazgo

Estilos de liderazgo	9. ¿Con que frecuencia cumple con el presupuesto de ventas a su cargo?	
	Frecuencia	Porcentaje
1: Motivador con perspectiva al cambio	23 siempre	34,85%
	18 casi siempre	27,27%
2: El líder pone el ejemplo y trasmite su visión	11 frecuentemente	16,67%
3: Con enfoque estratégico para adaptarse a cada situación	14 frecuentemente	21,21%
Total	66 encuestados	100%

La información expuesta en la tabla 3 enlaza los resultados obtenidos de la interrogante 7 del estilo de liderazgo y la interrogante 9 de la fuerza de ventas, reflejando la tendencia de resultado que se tiene según el estilo que se utilizan en la organización. Se puede observar que el estilo transformacional muestra mejores resultados al visualizar que un 34,85% cumple las metas de ventas siempre y el 27,27% casi siempre. Por lo que se convierte en el estilo que mayor éxito muestra en estas organizaciones, en comparación al estilo transaccional y estratégico que cumple de forma regular con las metas de ventas.

El cumplimiento de metas dentro de un estilo Transformacional muestra que los vendedores de estas empresas necesitan estar motivados para tener un mejor desempeño, más que una dependencia a estrategias o acciones de ejemplo ejercidas por el líder, el empleado exhibe predisposición o reacción a la motivación, por lo que puede utilizarse este factor como medio para conseguir mejores resultados y afinidad del colaborador a una sensación de pertenencia con la organización.

Tabla

4

Resultados de desempeño de ventas según el estilo de liderazgo

Estilos de liderazgo	10. ¿Cómo se mantiene el desempeño en ventas?	
	Frecuencia	Porcentaje

1: Motivador con perspectiva al cambio	39 por encima de lo esperado	59,09%
	2 estable	3,03%
2: El líder pone el ejemplo y trasmite su visión	6 estable	9,09%
	5 por debajo de lo esperado	7,58%
3: Con enfoque estratégico para adaptarse a cada situación	11 estable	16,67%
	3 por debajo de esperado	4,55%

En la tabla 4 se puede observar el vínculo del estilo de liderazgo según el desempeño de ventas esperado por la organización, se visualiza que el estilo transformacional tiene tendencia del 59,09% que muestra un desempeño por encima de lo esperado y el 3,03% un desempeño estable. Siendo superior al estilo transaccional y estratégico que reflejan tendencia de desempeño estable o por debajo de los esperado. Siendo este otro resultado que muestra mayor tendencia de éxito por parte del estilo transformacional.

Este resultado se puede vincular al expuesto en primera instancia con respecto al cumplimiento de metas, como se puede observar, las entidades que aplican estilo Transformacional han logrado que su desempeño sea mejor, incluso por encima de lo esperado, es decir, que han provocado en los empleados una optimización de su rendimiento, no solo centrado en el cumplimiento de la meta, sino en superarse constantemente, consiguiendo con esto, beneficios por encima de lo que esperaban al inicio.

10. Discusión

Dentro de las encuestas ejecutadas se puede denotar cómo los colaboradores tienen una inclinación de visualizar al liderazgo como un elemento determinante en su desempeño dentro de la organización, es decir, que lo vinculan como un recurso o direccionamiento que les permitirá rendir mejor en sus tareas, aspecto que se puede relacionar al pensamiento de Álava y Vega (2017), quienes consideraban que un mal líder generaría inconvenientes en los procesos internos de la entidad, comprendiéndose que puede provocar que los empleados no ejecuten las labores de la forma esperada, al no contar con la correcta orientación y motivación.

Dentro de los estilos de liderazgo se buscó determinar si estas entidades mostraban mayor relación a un liderazgo transformacional, liderazgo transaccional o liderazgo estratégico, con base en las características mencionadas por los participantes de las encuestas se pudo determinar que prevalece un liderazgo transformacional, donde predomina la motivación como un elemento para incidir en los subordinados de las empresas de venta directa de Guayaquil, se puede considerar que la acción de motivar haría que el empleado ejerza un mayor esfuerzo en su labor, por lo que se entiende que este estilo lograría mayor rendimiento en comparación a los otros.

Relacionado a lo expresado en el párrafo anterior, en un estudio efectuado en México se comparó el enfoque de un líder transaccional, transformacional y Laissez-Faire, se observó que el esfuerzo extra del personal se asociaba con mayor frecuencia al primer estilo mencionado (Bernal et al., 2018). Por lo tanto, la motivación que se ejerce dentro de dicha gestión de liderazgo (Transformacional) muestra tener mayor impacto en los empleados y se la puede vincular al incremento del rendimiento laboral.

Otro aspecto para resaltar es que el éxito de las empresas de venta directa de Guayaquil también se direccionó favorablemente al estilo de liderazgo transformacional, dado que, los encuestados que se encasillaron dentro de este estilo mostraban tendencias a cumplir los objetivos de ventas y mantener un desempeño por encima o igual al nivel esperado por la empresa. En este sentido, se puede referenciar lo expresado por Bernal et al. (2018), que indicaron que un 57,4% de los subordinados examinados consideraron que su contribución dependía también del liderazgo que se gesta por gerentes de mando medio o funcionales; por su parte, Cabrejos y Suarez (2019) en su estudio también relacionaron el rendimiento al liderazgo, denotando que al aplicarlo se tenía mejor productividad en los empleados. Lo cual se comprueba en el presente artículo al meditar que no todos los estilos de liderazgo mostraron igual desempeño en la fuerza de ventas.

Enfocándonos puramente en el liderazgo transformacional es evidente que uno de los principales valores agregados que este brinda, es el sentido de pertenencia de sus trabajadores para con la organización, y es justamente en línea con este concepto, que el compromiso y trabajo en equipo se ven alentados, utilizando a las emociones como principal hilo conductor con los trabajadores.

Luego de analizar cada una de las interrogantes a las que los encuestados accedieron en la primera sección, podemos evidenciar claramente la afinidad que nuestro medio tiene con el liderazgo transformacional, sin embargo, profundizando en los resultados obtenidos, vemos también que los trabajadores consideran que es un estilo con la necesidad de ser complementado por lineamientos

de roles claros, planes de compensación y de reconocimiento aspiracionales, independientemente del área al que el colaborador pertenezca.

En la segunda sección de resultados el área de análisis es la comercial, sin duda las habilidades blandas son determinantes al momento de buscar incrementar las ventas; los planes comerciales pueden ser muy competitivos, los mejores del mercado inclusive, sin embargo, si dicha compensación no viene acompañada de un estilo de liderazgo potenciador, las aspiraciones económicas de la organización serán impactadas.

Queda explícito entonces que el área más sensible ante esta variable es la comercial, analizando cada una de las interrogantes de esta sección observamos que más del 50% de los participantes, dentro de sus principales ponderaciones, considera que la influencia del líder es determinante dentro de su trabajo y por supuesto incide fuertemente en la consecución de sus resultados.

El presente artículo busca dar como uno de sus principales aportes, la contextualización del tipo de liderazgo que incide más y de mejor manera en el crecimiento económico de una organización dedicada a la venta directa. En nuestro medio la formación de directivos comerciales va muy de la mano con la formación de tercer nivel, sin embargo, siendo muy honestos el contar con la capacidad de influir y vender, hoy ya no es suficiente.

La inteligencia emocional, capacidad de adaptación al cambio y una sólida formación en procesos, son algunas de las más importantes habilidades que un líder comercial debe poseer. Dicho en otras palabras, el liderazgo por sí solo, a través de la motivación no es capaz de lograr resultados excepcionales en una organización, y aún más importante, sostenibles en el tiempo. Es imperativo que se complemente.

11. Conclusiones

Mediante la recopilación de datos obtenidos con las encuestas, se puede denotar que las empresas de venta directa reflejan tendencia de mejores indicadores bajo un estilo de liderazgo transformacional, dado que, los resultados revelan que el rendimiento de las organizaciones con este enfoque, evidencian resultados por encima de lo esperado tendencialmente.

En la revisión teórica se pudo conocer una descripción de los estilos de liderazgo que pueden existir dentro de las organizaciones, sustentados en la innovación y mejora mediante la motivación, rendimiento incremental con base en el ejemplo del líder y la adaptación a situaciones por medio de medidas estratégicas.

En la identificación del estilo de liderazgo, se puede denotar que en cierta medida cada organización implementa características de cada uno de los liderazgos, no obstante, al visualizar mayor tendencia a emplear medidas de motivación se denota una afinidad mayor con el estilo transformacional.

El estilo de liderazgo de mayor impacto dentro de las organizaciones es el transformacional, el personal que mencionó este enfoque también refleja mejores tendencias en el cumplimiento en indicadores de ventas y desempeño, además, refleja que la mayoría de los colaboradores están satisfechos con el estilo del liderazgo actual implementado dentro de sus organizaciones, por lo tanto, se siente motivado.

Este tipo de liderazgo es el que mejor acoge iniciativas de participación de todos sus colaboradores, y gracias a la combinación de la motivación guiada por procesos alineados con los objetivos organizacionales, forman una estructura sólida y consistente, forman una férrea cultura organizacional.

Referencias

1. Acosta, M., Salas, L., Jiménez, M., & Guerra, A. (2018). La administración de ventas. Conceptos Clave en el Siglo XXI. Alcoy (Alicante: Editorial Área de Innovación y Desarrollo, S.L.
2. Álava, F., & Vega, M. (2017). Incidencia del liderazgo situacional en el índice de satisfacción laboral de los empleados de la ESPAM. *Revista Innova*.
3. Alcázar, P. (2020). Estilo de Liderazgo y Compromiso Organizacional: Impacto del liderazgo transformacional. *Economía coyuntural, Revista de temas de coyuntura y perspectivas*, 89-121.
4. Bernal, D. (2018). Análisis del crecimiento de las ventas mediante un modelo logarítmico con ratios. *Revista Suma de negocios*, 9 (20), 93-101.
5. Bernal, I., Lucio, D., & Pedraza, N. (2018). Liderazgo y sus efectos en los resultados de una empresa manufacturera. *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 23, núm. 84.

6. Bullemore, J., & Cristóbal, E. (2021). La dirección comercial en época de pandemia: el impacto del covid-19 en la gestión de ventas. *Revista Información Tecnológica*, 199-208. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642021000100199>
7. Cabrejos, R., & Suarez, E. (2019). Liderazgo transformacional y productividad en los docentes de la escuela fiscal Antonio Jose de Sucre de la provincia de Guayas - Ecuador. *Revista Ciencia y Desarrollo. Universidad Alas Peruanas*, 37-48. doi:<http://dx.doi.org/10.21503/cyd.v22i3.1792>
8. Capa, L., Benítez, R., & Capa, X. (2018). El liderazgo como fuente de ventaja competitiva para las organizaciones . *Revista Universidad y Sociedad*, 273-284.
9. Chávez, J., & Ibarra, J. (2016). Liderazgo y cambio cultural en la organización para la sustentabilidad. *Revista Telos*, vol. 18, núm. 1, 138-158.
10. Enderica et al. (2018). Buen liderazgo, una experiencia en el crecimiento empresarial de las PYME. *Revista Espacios*, 4.
11. Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
12. INEC. (2021). Directorio de Empresas. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos:
<https://public.tableau.com/app/profile/instituto.nacional.de.estad.stica.y.censos.inec./viz/VisualizadordeEstadisticasEmpresariales/Dportada>
13. Leal, F., Albornoz, M., & Rojas, M. (2016). Liderazgo directivo y condiciones para la innovación en escuelas chilenas: el que nada hace, nada teme. *Revista Estudios Pedagógicos XLII*, N° 2, 193-205.
14. Martínez, J. (2017). Steve Jobs y la rama dorada. El monomito como estrategia discursiva. *Revista Miscelánea. Tópicos del Seminario*, 38, 141-170.
15. Marulanda, C., & López, G. C. (2018). La Cultura Organizacional, Factor Clave para la Transferencia de Conocimiento en los Centros de Investigación del Triángulo del Café de

- Colombia. Revista Información tecnológica, 245-252.
doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642018000600245>
16. Medina, N., Ferreira, J., & Marzol, R. (2017). Factores de liderazgo transformacional en contralorías Municipales del Estado Zulia. *Revista Coeptum*.
17. Mejía, Jeanine, & Togra, G. (2016). Diseño De Manual De Evaluación De Desempeño Para La Empresa V&A . Obtenido de Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/19447/1/TESIS%20JEANINE%20MEJIA%20OY%20GABRIELA%20TOGRA.pdf>
18. Melián, V. (2017). La cultura organizacional y su impacto en el rendimiento de los equipos de trabajo: el papel mediador del clima y la reflexividad. Obtenido de Universitat de Valencia: <https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/61014/TESIS%20DEFINITIVA.PDF?sequence=1&isAllowed=y>
19. Reyes, J., & Moros, H. (2019). La cultura organizacional: principales desafíos teóricos y metodológicos para su estudio. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 201-217.
20. Rivas, G. (2020). Etimología polifacética del liderazgo. *Revista Gestión I+D*, 268-294.
21. Salguero, N., & García, C. (2017). Influencia del liderazgo sobre el clima organizacional en las instituciones de educación superior. *Revista Boletín Redipe*, 135-149.
22. Sánchez, M., & Servat, U. (2019). Relación De Los Estilos De Liderazgo Y El Desempeño De La Fuerza De Ventas De Una Empresa Multinivel 2019 . Obtenido de Universidad San Ignacio de Loyola: http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9130/1/2019_Sanchez-Rivera.pdf
23. Torres, A. (2020). La relación de Liderazgo. Entre las teorías del Liderazgo Situacional y la Acción Humana. Obtenido de Universidad de Navarra: https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/59713/1/Tesis_TorresMojica20.pdf
24. Uzurriaga, M., Osorio, C., & Arias, O. (2020). Liderazgo: Definiciones y estilos. Obtenido de Universidad Santiago de Cali:

<https://repository.usc.edu.co/bitstream/handle/20.500.12421/4680/LIDERAZGO%3A%20DEFINICIONES%20Y%20ESTILOS.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

25. Varias, M., & Zambora, F. (2019). El control del comportamiento de la fuerza de ventas y su relación en la intención de rotación de personal de Seguros La Positiva – Región Norte 2017. Obtenido de Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo: https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1961/1/TL_VariasRamosMarcela_ZamboraQuevedoFreddy.pdf

© 2022 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).