



**SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL**

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**

**Plan de mejora de las estrategias de liderazgo organizacional del Instituto  
IDAT**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE  
Bachiller en Administración y Dirección de Negocios**

**PRESENTADO POR:**

**GONZALES GARCIA PATRICIA ISABEL - Administración y Dirección de Negocios**

**ASESOR:**

**ESPINOZA RUA CELES ALONSO**

**LIMA, PERÚ**

**2021**

## **ASESORES Y MIEMBROS DEL JURADO**

### **ASESOR (A)**

Espinoza Rua Celes Alonso

### **PRESIDENTE (A) DEL JURADO**

Cerna Hernandez Jorge

### **MIEMBROS DEL JURADO**

Cerna Hernandez Jorge

Solis Garcia Cristian

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Estilo de liderazgo de las líderes del área de venta.....	16
Tabla 2: Meta quincenal por asesor e incentivos.....	21
Tabla 3: Meta Fin de mes por asesor e incentivos.....	21
Tabla 4: Estimación del costo del proyecto.....	23

# INDICE TEMÁTICO

<b>ASESORES Y MIEMBROS DEL JURADO</b> .....	ii
<b>INDICE DE TABLAS</b> .....	iii
<b>RESUMEN</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>I. Información General</b> .....	2
<b>1.1. Título del Proyecto</b> .....	2
<b>1.2. Área estratégica de desarrollo prioritario</b> .....	2
<b>1.3. Actividad económica en la que se aplicaría la innovación o investigación aplicada</b> .....	2
<b>1.4. Localización o alcance de la solución</b> .....	2
<b>II. Descripción de la investigación aplicada o innovación</b> .....	2
<b>2.1. Justificación: problema que busca resolver, necesidad a satisfacer u oportunidad que se espera aprovechar</b> .....	2
<b>2.2 Viabilidad</b> .....	3
<b>2.3. Marco referencial: antecedentes de la innovación o investigación aplicada a desarrollar</b> .....	3
<b>2.4. Marco teórico</b> .....	7
<b>2.5. Objetivo general y específicos: propósito del proyecto</b> .....	14
<b>2.6. Hipótesis general y específicos</b> .....	14
<b>2.7. Variables</b> .....	14
<b>2.8. Metodología del proyecto: diseños experimentales, sistemas de registros, técnicas a utilizar, factores y variables a estudiar</b> .....	15
<b>2.9. Desarrollo de las herramientas</b> .....	16
<b>2.10. Plan de actividades del proyecto</b> .....	18
<b>III. Estimación del costo del proyecto</b> .....	23
<b>3.1. Estimación de los costos necesarios para la implementación</b> .....	23
<b>IV. Sustento del Mercado</b> .....	24
<b>4.1. Alcance esperado del mercado</b> .....	24
<b>4.2. Descripción del mercado objetivo real o potencial del producto o servicio de forma de comercialización innovadora</b> .....	24
<b>4.3. Descripción del modelo de negocio con el cual la innovación o investigación aplicada entraría al mercado</b> .....	24
<b>4.3.1. Propuesta de valor</b> .....	24

4.3.2. Fuentes de ingresos .....	25
4.3.3. Estrategia de penetración en el mercado .....	25
4.3.4. Alianzas .....	25
V. Conclusiones y recomendaciones .....	26
VI. Fuentes de Información .....	27
VII. Anexos .....	30

## RESUMEN

Este proyecto nace por la necesidad de mejorar, mediante acciones, un plan de liderazgo organizacional en un estado de pandemia. El proyecto es desarrollado en el sector educación, en este caso en el Instituto Idat.

El objetivo de este proyecto es implementar un plan de mejora de las estrategias de liderazgo que presenta el instituto Idat, para poder incrementar las ventas en el área comercial, ya que este se vio afectado por la pandemia.

Se realizó una investigación sobre conceptos de liderazgo. La Metodología empleada fue mixta, con ello, se pudo conocer el estilo de liderazgo que predomina en cada líder, y saber qué dificultades encuentran al manejar a sus equipos, y los rasgos a resaltar ante la modalidad remota implementada por la pandemia.

El proyecto se plantea desde dos variables, el plan de estrategias de liderazgo organizacional y el incremento de ventas en el área comercial del instituto Idat. Mediante la unión de estas dos variables, se propone ejecutar un plan de mejora de las estrategias del liderazgo organizacional, enfocado en los líderes y sus equipos.

Se realizó un plan de mejora mediante cinco acciones. las cuales permitirán mediante talleres de psicología, focus group, incentivos, capacitaciones y monitoreo, equipar al equipo con las mejores herramientas para el correcto desarrollo de sus habilidades. Permitiendo de esta manera, incrementar las ventas en el área comercial.

Palabras claves: Liderazgo, plan de mejora, incremento de ventas, líderes

## **ABSTRACT**

This project was born out of the need to improve, through actions, an organizational leadership plan in a pandemic state. The project is developed in the education sector, in this case at the Idat institute.

The objective of this project is to implement a plan to improve the leadership strategies presented by the Idat institute, in order to increase sales in the commercial area, since it was affected by the pandemic.

An investigation was carried out on leadership concepts. The methodology used was mixed, with this, it was possible to know the leadership style that predominates in each leader, and to know what difficulties they encounter when managing their teams, and the features to highlight in the face of the remote modality implemented by the pandemic.

The project arises from two variables, the organizational leadership strategy plan and the increase in sales in the commercial area of the Idat institute. By combining these two variables, it is proposed to execute an improvement plan for organizational leadership strategies, focused on leaders and their teams.

An improvement plan was carried out through five actions. Which will allow through psychology workshops, focus groups, incentives, training and monitoring, equip the team with the best tools for the proper development of their skills. Allowing in this way, increase sales in the commercial area.

Keywords: Leadership, improvement plan, sales increase, leaders.

## INTRODUCCIÓN

El proyecto de investigación planteado va dirigido en poder enlazar la relación entre el liderazgo organizacional y el aumento de ventas dirigido en el área comercial del Instituto Idat.

Estas dos variables permiten conocer qué dificultades se están presentando actualmente en el liderazgo, determinar los principales problemas al dirigir al equipo, los obstáculos que acontecen.

En consecuencia, tras los resultados adquiridos en este proyecto de investigación, se planteó un plan de mejora del liderazgo organizacional en el área comercial del Instituto Idat. Siendo el objetivo, poder determinar las dificultades que se encontraron para liderar, implementando un plan de mejora que le permita al área comercial poder aumentar las ventas.

Este proyecto está dividido en siete capítulos, dentro de los cuales, se presenta la información general de investigación, descripción completa del problema. Ello relacionado a las dos variables de liderazgo organizacional y el incremento de ventas. La población utilizada fueron las ocho líderes del área comercial del instituto Idat.

Finalizando, se explica de una manera detallada el plan de mejora del liderazgo organizacional, el cual se basa en cinco acciones. Ello, bajo la necesidad de poder implementar mejoras y de esta manera aumentar las ventas en el área.

## **I. Información General**

### **1.1. Título del Proyecto**

Plan de mejora de las estrategias de liderazgo organizacional en el área de ventas del instituto Idat.

### **1.2. Área estratégica de desarrollo prioritario**

Área de ventas

### **1.3. Actividad económica en la que se aplicaría la innovación o investigación aplicada**

Actividad Educativa

### **1.4. Localización o alcance de la solución**

Lima, Perú – Instituto Idat – Área de ventas

## **II. Descripción de la investigación aplicada o innovación**

### **2.1. Justificación: problema que busca resolver, necesidad a satisfacer u oportunidad que se espera aprovechar**

¿De qué manera las estrategias de liderazgo organizacional han presentado dificultades a los colaboradores en el área de ventas del instituto Idat?

La presente investigación se justifica en lo teórico tomando como referencia definiciones sobre el liderazgo organizacional. Se puede definir al liderazgo como relación entre el líder y seguidor, en la cual el líder influye más de lo que es influido (Gerth y Mills, 1994, p.373). Para Browne el líder puede cumplir su tarea de manera muy eficaz, tiene la capacidad de orientar un problema sin soportar restricciones impuestas. (Browne, 1969, p.380).

Adicional se maneja la justificación social, ya que se conocerá cómo los líderes y sus equipos se vieron afectados por la pandemia, cómo tuvieron que adaptarse y manejar a sus equipos durante el teletrabajo en pandemia en el área de ventas del instituto Idat, que obstáculos se presentaron y cómo pudieron adaptarse a la nueva modalidad. La investigación servirá para obtener un panorama desde la perspectiva de los jefes directos y la resiliencia que mostraron en la empresa y con sus equipos.

Por último, se contará con la justificación práctica, puesto que ayudará a

mejorar el liderazgo del área de ventas del instituto Idat, implementando mejoras en las estrategias de liderazgo organizacional, de manera que buscará aumentar las ventas en el marco de la pandemia.

## **2.2 Viabilidad**

La investigación basará sus fundamentos en las experiencias y hechos que presentaron los líderes del área de ventas del instituto Idat. Se considerará que tipo de líderes eran antes de la pandemia y cuáles fueron los cambios mostrados, que estrategias nuevas tuvieron que implementar, las fuentes a utilizar se basarán en liderazgo, estilos de liderazgo entre otros. La población de estudio serán los líderes, se realizarán entrevistas y test. Todo ello buscará una solución práctica para mejorar las estrategias del liderazgo el cual está relacionado con la rama de gestión empresarial incluido en la carrera Administración y Dirección de Negocios alineado a ISIL.

## **2.3. Marco referencial: antecedentes de la innovación o investigación aplicada a desarrollar**

Internacional

La investigación por Contreras & Castro, (2013) titulada: Liderazgo, poder y movilización organizacional tiene como objetivo analizar los procesos de liderazgo y poder dentro de las organizaciones, la metodología es a través de una revisión bibliográfica debido a que es un estudio práctico, como resultado del estudio afirma que el liderazgo y el poder movilizan la organización y puede facilitar el desarrollo de las organizaciones y su perdurabilidad, logrando capacitar a las personas mediante reconocimientos de las competencias que poseen, realzando lo que los hace únicos, siendo ello fundamental para la potencialidad de la empresa.

La investigación por Uzurriaga et al., (2020) titulada Liderazgo: definiciones y estilos tiene como objetivo mostrar los conceptos más relevantes publicados en revistas científicas entre los años 2010 y 2020, se obtuvo una muestra de 30 artículos. La investigación dio como resultado que existen diversos conceptos de liderazgo a lo largo de la historia, se puede observar que existe una tendencia por obtener el liderazgo ideal, los estilos de liderazgo se vienen adaptando de

acuerdo a las nuevas tendencias de la globalización, comunicaciones, etc. Buscando que los seguidores sigan motivados y productivos para la organización.

La investigación realizada por Contreras, Juárez, Barbosa & Uribe, (2010). Titulada Liderazgo, riesgo psicosocial y clima laboral tiene como objetivo analizar las relaciones entre los riesgos psicológicos, el clima organizacional y el estilo de liderazgo en empresas colombianas del sector de servicios sociales y salud. La muestra fue de 400 trabajadores de Entidades promotoras de Salud pertenecientes al sector de servicios sociales y salud de Barranquilla, Bogotá, Cali y Bucaramanga. La investigación dio como resultado que las dimensiones de la Escala de Clima Organizacional correlacionan negativamente con las del Cuestionario de Factores Psicosociales en el Trabajo.

La investigación realizada por Labourdette, (2010) titulada Hacia un nuevo concepto de liderazgo tiene como objetivo reformular un aspecto esencial del mencionado fenómeno: la relación colectivo – líder. Metodología usada es cualitativa. El resultado de la investigación devela que el liderazgo es un hecho social clave, ya que arma sociabilidades de distinto tipo y proyección. Que además incluye e incorpora al individuo. Así mismo indica que el liderazgo se encuentra en todos los niveles, esferas, edades y actividades de la vida humana.

La investigación por José Rivas-Otero (2019) titulada Evolución de liderazgo de los nuevos partidos políticos en México y España: Andrés Manuel López Obrador, Pablo Iglesias y Albert Rivera 2014- 2016) tiene como objetivo poder identificar factores situacionales que pueden explicar los cambios de liderazgo en los nuevos partidos político de México y España. La metodología a usar es de una revisión del contexto histórico, calificación de los estilos de liderazgo. El resultado obtenido es que el estilo de liderazgo y los atributos que lo conforman responden a un comportamiento estratégico que cambia en función al contexto.

La investigación realizada por Cardona, Wilkinson (2006) titulada Trabajo en Equipo tiene como objetivo mostrar los conceptos del trabajo en equipo, cómo

lograr un uso eficaz de ello, que los caracteriza, muestra como la personalidad de cada persona influye en el trabajo grupal, los tipos que podemos encontrar, la aptitud mostrada, fases que se pueden presentar en el desarrollo del trabajo en equipo. Los temas que se muestran en la investigación da un amplio panorama sobre la definición, características de lo que implica trabajar en equipo y de cómo poder aplicarlo.

### Regional

La investigación realizada por Márquez et al., (2021) titulada Rotación de personal y clima organizacional en la empresa eléctrica de distribución del cantón Milagro tiene como objetivo analizar la relación entre la rotación de personal y clima organizacional en la Empresa Pública Estratégica Corporación Nacional de Electricidad – Unidad de Negocio Milagro. La metodología utilizada es de enfoque cuantitativo de tipo descriptivo-correlacional. Se utilizó una encuesta en línea a través de Likert. Los resultados mostraron que existe una incidencia directa de la rotación de personal sobre el clima organizacional, dando como resultado final una alta correlación positiva entre ambas variables.

La investigación realizada por Pedraja et al., (2020) titulada Liderazgo y cultura organizacional como factores de influencia en la calidad universitaria: un análisis conceptual tiene como objetivo realizar una revisión de manera literaria sobre el liderazgo, cultura organizacional y la calidad en las instituciones de educación superior para contribuir desde una perspectiva conceptual la relaciones entre las dimensiones señaladas. La metodología usada es de recopilación de fuentes secundarias, artículos de revisión conceptual y estudios empíricos de revistas de corriente principal de los últimos cinco años. La investigación da como resultado que se reconoce el potencial del liderazgo y de la cultura organizacional para impactar en los niveles de motivación, satisfacción y desempeño de los docentes, siendo de esta manera necesario el ejercicio de los líderes activos y de la promoción de culturas llevados a cabo en el campo de la educación superior morando la calidad en las instituciones.

### Local

La investigación realizada por Alegre et al., (2021) titulada: Estilo de liderazgo y actitud al cambio organizacional en profesionales sanitarios durante COVID-19 tuvo como objetivo poder determinar qué relación tiene el liderazgo y la actitud ante el cambio organizacional en profesionales con un enfoque sanitario – tecnológico durante la COVID-19. La metodología usada para la investigación fue de un estudio realizado de manera descriptivo correlacional de tipo cuantitativo, las cuales se emplearon encuestas de manera on line, debido al estado de pandemia y por respetar los protocolos de seguridad. La población fue de químicos farmacéuticos colegiados y habilitados de la provincia de Chimbote. Una muestra de 215 químicos farmacéuticos colegiados. La investigación dio como resultado que los profesionales químico farmacéutico presentan un nivel medio en el estilo de liderazgo y en la actitud al cambio organizacional. Pueden obtener mejores niveles de aceptación evitando resistirse al cambio.

La investigación realizada por Olivera, Leyva & Napán, (2021) titulada Clima organizacional y su influencia en el desempeño laboral de los trabajadores tiene como objetivo determinar la relación entre las variables en la empresa Cotton Life. El método utilizado es cuantitativo, ya que se utilizó el recojo de datos de manera numérica, así como un análisis estadístico no experimental. La población estuvo conformada por trabajadores de la empresa Cotton Life. La muestra de 80 trabajadores seleccionados de manera probabilística aleatoria. Los resultados mostraron que existe una influencia directa entre el clima organizacional y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Cotton Life, Lima, 2001. Mostrando adaptación a los cambios, condiciones de trabajo y comunicación empresarial en el desempeño laboral.

La investigación realizada por Ericson Castillo et al., (2019) titulada: Liderazgo y clima organizacional en trabajadores de establecimientos de salud de un microred de Perú tienen como objetivo determinar la relación que existe entre el liderazgo y el clima organizacional en los trabajadores de los establecimientos de salud que se encuentran en una microred de Perú. Para el método se utilizaron dos cuestionarios, de esta manera poder recolectar datos de interés. La población fue de trabajadores de establecimientos de salud que comprenden una

microred de la ciudad de Huaraz de Perú. La muestra de 88 trabajadores. Los resultados indicaron que la relación entre los tipos de liderazgo de la gerente y del clima organizacional de los trabajadores era positiva y significativa, dando como resultado que, si se tiene un mayor liderazgo, se obtiene un mejor clima organizacional.

La investigación realizada por Gonzalez (2015) titulada Trabajo en Equipo y Satisfacción Laboral tiene como objetivo establecer la relación entre el trabajo equipo con la satisfacción laboral al momento de realizar distintas tareas, funciones y responsabilidades dentro de la organización, la metodología a usar será la participativa. La investigación dio como resultado que la buena relación entre el staff está directamente relacionada con la unión y sumatoria de esfuerzos los cuales logran acceder a los objetivos laborales planteados.

## **2.4. Marco teórico**

### Marco teórico

1. Liderazgo
  - 1.1 Concepto de Liderazgo
  - 1.2 Tipos de Liderazgo
  - 1.3 Influencia del liderazgo en las personas
2. Liderazgo en las empresas
  - 2.1. Razones para motivar a los colaboradores
3. Clima Organizacional
  - 3.1. Definición del clima/cultura organizacional
  - 3.2. Trabajo en equipo
  - 3.3. Ventajas del trabajo en equipo

## **1. Liderazgo**

### **1.1. Concepto de Liderazgo**

Según Godoy y Bresó (2013) el liderazgo es la habilidad que se puede desarrollar de manera natural o puede ser entrenada, cumpliendo características puntuales que debe emplear de manera eficaz, como la

capacidad de influencia en los seguidores, promover el interés individual y colectivo.

En este contexto el líder tiene que mostrar un alto nivel de empatía, el líder no solo nace, sino que se puede ir estudiando y adaptarlo siendo su principal función la de influir en los demás.

Para Hermann y Milburn (1977) El estilo de liderazgo es el conjunto de atributos personales que posee el líder los cuales son evaluados a través del análisis del lenguaje que influye en mayor o menor medida sobre su comportamiento en un definido contexto político. Se puede deducir que el lenguaje que expresa el líder puede ser fundamental para poder proyectar lo que desea comunicar, bajo este contexto político, es primordial que el líder haga uso de los mejores atributos para expresar la mejor imagen ante el público siendo este su objetivo.

## **1.2. Tipos de Liderazgo**

Existe diversos tipos de liderazgo, los cuales son clasificados de acuerdo a las características que presenta el líder, para Rivas- Otero (2019) los líderes tienen un estilo que los caracteriza, sin embargo, algunos de ellos buscan actuar de manera estratégica, modificando su estilo de acuerdo a las circunstancias ya sea de organizaciones políticas, sociales o empresariales.

### **Liderazgo Transformacional**

Perilla y Gómez-Ortiz (2017) señalan que, a través de este tipo de liderazgo, es el líder quien motiva a los seguidores a poder lograr el objetivo un desempeño que supere las expectativas logrando transformar los valores y actitudes de sus seguidores.

Para Pedraja-Rejas et al., (2018) el liderazgo transformacional inspira pasión y compromiso en sus seguidores llegando a crear una visión atractiva, siendo de esta manera un buen modelo a seguir, estableciendo metas dirigido a un clima de respeto

Por otro lado, Rosenbach et al. (2018) indica que el liderazgo transformacional

está más orientado a las tareas u objetivos de las personas, basándose principalmente en un intercambio equitativo entre líderes y seguidores, centrado en los intereses de ambos.

Bajo las definiciones mencionadas el liderazgo transformacional se percibe como el liderazgo relacionado a las labores realizadas por los colaboradores, la motivación usada es más cercana, se busca incentivar mediante sentimientos, direccionado directamente a los sentimientos de las personas.

### **Liderazgo Transaccional**

Para Fernández et. al (2020) definen al liderazgo transaccional basado en la personalidad que presenta el líder y la habilidad que este posee para producir distintos resultados a través del ejemplo suyo y la visión energizante y objetivos retadores. Se basa mayormente en resolver un tema específico.

Este liderazgo busca poder centrarse directamente en cumplir una meta planteada, evalúa el desempeño que están mostrando los colaboradores durante todo el proceso para llegar a cumplir con el objetivo, una característica que presente el liderazgo transaccional es el de motivar a los colaboradores mediante incentivos.

### **Liderazgo Estratégico**

Según Uzurriaga et. al (2020) el liderazgo estratégico es uno de los estilos más modernos y completos, ya que, estudia, extrae y asume las fortalezas de otros importantes estilos. Se basa fundamentalmente en analizar la inteligencia social, la complejidad conductual y cognitiva, su enfoque estratégico le permite anticiparse, pensar de manera estratégica.

Para López et al., (2020) el líder estratégico cuenta con la capacidad de adaptarse a diversos escenarios futuros y es dinámico ante los cambios anticipados o repentinos, promueve entre su equipo y compañeros estimulación y motivación.

El liderazgo estratégico es sin duda uno de los estilos más importantes, este

liderazgo es el más buscado en las empresas, ya que siempre está alerta y se busca anticipar los problemas, se basa en motivar e incitar a los colaboradores a desarrollar sus habilidades, cumpliendo las estrategias propuestas.

El líder estratégico comparte sus logros, no busca recibir todo el mérito por las metas cumplidas. Busca el beneficio de sus colaboradores. (Uzurriaga et al., 2020)

### **Liderazgo Facilitador**

Para Barbosa et al., (2017) el liderazgo facilitador propone que el líder es quien promueve la cohesión y el trabajo colectivo, crea escenarios para la solución de diferencias interpersonales, muestra el papel del mediador.

De acuerdo al concepto mencionado, el liderazgo facilitador se basa fundamentalmente en el trabajo en equipo, reconoce que cada persona, maneja distintas personalidades y busca ser un intermediario entre ellos, su papel es resolver los posibles conflictos y lograr el trabajo grupal.

### **Liderazgo Mentor**

Según Barbosa et al., (2017) el liderazgo mentor se caracteriza por orientar de manera empática, crear espacio para promover el desarrollo, atiende y escucha las problemáticas que presentan los integrantes del equipo de trabajo, premia los logros.

Como se menciona, el liderazgo mentor se enfoca más en las personas, busca comprender y conocer aún más a su equipo, se basa en las emociones, explora como motivar a su equipo mediante incentivos, celebra los resultados del equipo.

### **Liderazgo Innovador**

Para Barbosa et al., (2017) el liderazgo innovador diseña los cambios enmarcados en las necesidades de las organizaciones, tiene la capacidad de anticiparse a los cambios, es proactivo, se incorpora rápidamente a los cambios.

En este liderazgo se debe tener una clara visión estratégica, el líder innovador se caracteriza por estar alerta ante los cambios del mercado y competencia, es flexible, busca tener una comunicación muy abierta y fluida con su equipo, recibe distintas opiniones y sugerencias.

### **1.3. Influencia del liderazgo en las personas**

Para Hoon, You y Jung (2015) el líder influye y orienta sobre las actividades que realiza el equipo de trabajo, de manera que se obtiene una visión de la organización, reconociendo variables como valores, tareas, procesos y cambio. Bajo esta definición, el liderazgo influye directamente en los colaboradores a su cargo, es primordial conocer la cultura que ellos tienen, de esa manera, poder conectar y dar un paso a una influencia más positiva y rápida para llegar a los objetivos de la empresa.

## **2. Liderazgo en las empresas**

### **2.1. Razones para motivar a los colaboradores**

Para Judge (2013) indica la motivación como el proceso que influye en la intensidad y persistencia del esfuerzo que ejerce un colaborador para lograr las metas establecidas. Se puede deducir que la motivación es utilizada para impulsar a los demás para lograr un objetivo en común.

Según Evans y Lindsay (2008) señalan que la motivación es el arte de crear condiciones que hagan que los colaboradores puedan sentirse satisfechos y puedan desempeñar sus tareas con eficiencia.

## **3. Clima organizacional**

### **3.1. Definición del clima/cultura organizacional**

Según Contreras y Castro definen la organización como “un sistema dinámico permanente de cambio que se moviliza, en relación dinámica, que se da entre líderes y colaboradores” (Contreras y Castro. 2013, p.72).

Para Etkin (2003) las organizaciones son sistemas altamente complejos, con un conjunto de expectativas compartidas.

Se puede definir que para que exista una organización tiene que darse en un conjunto de personas las cuales deben tener intereses en común, debe existir una relación entre estas y mostrar la mejor predisposición.

Para Warrick (2017) la cultura organizacional va directamente relacionada al desempeño organizacional, el comportamiento y la actitud de las personas dentro de una institución.

Lo que indica que las personas de acuerdo a los valores, costumbres son quienes definen que tipo de cultura presenta la organización, son ellos quienes establecen la línea de la cultura organizacional dentro de la empresa.

Tang (2017) indica que la cultura organizacional dominante es capaz de lograr una baja rotación de trabajadores, además, posee un rol importante al influenciar y guiar el comportamiento de los empleados para el desarrollo de los objetivos.

Si la organización presenta una baja rotación es beneficioso para la organización, al existir una rotación alta, la empresa baja el desempeño, debido al tiempo estimado para las capacitaciones, adaptaciones a los nuevos procesos. Por ello al tener una rotación baja beneficia el desempeño general de la organización.

### **3.2. Trabajo en Equipo**

Para Cardona et al. (2006) el trabajo en equipo consiste principalmente en colaborar organizadamente para lograr obtener un objetivo en común, conociendo las interdependencias que se presentan entre los miembros del equipo, logrado adaptarlas en beneficio a la misión planteada.

Ello indica que cada miembro del equipo presenta distintas personalidades, las cuales deben ser utilizadas e integradas para poder desarrollar de la manera más óptima la misión que presenta la empresa.

Según La Fasto et al. (2001) el trabajo en equipo constituye una herramienta

esencial para abordar tareas cada vez más complejas en un entorno siempre cambiante. Indica que las organizaciones se han caracterizado por impulsar con fuerza el trabajo en equipo.

Bajo este contexto cabe señalar que hoy en día la tendencia por el trabajo en equipo ha ido en aumento, se busca que los integrantes de la organización interactúen entre ellos, poder desarrollar aún más las habilidades blandas de cada individuo. En relación al liderazgo, es fundamental para un líder poder observar cómo se desarrolla el grupo trabajando en equipo, identificar las personalidades de los colaboradores y el desempeño que estos muestran.

### **3.3. Ventajas del trabajo en equipo**

Según Palomo (2011) es comprobado que las participaciones de todos los niveles jerárquicos para los diferentes procesos ayudan a mejorar la calidad de trabajo dentro de las organizaciones.

Para Gil y Alcover (2005) las ventajas del trabajo en equipo son el mayor volumen de información, conocimientos y habilidades, quienes favorecen al desarrollo potencial y competencias de los miembros del equipo.

Referente a ello el trabajo en equipo, no solo beneficia a la organización, sino además a los participantes poder explorar las distintas habilidades que presentan sus compañeros, aprender de ello, mejorando sus competencias.

Gonzalez (2015) manifiesta que las ventajas del trabajo en equipo son las siguientes:

- Mayor nivel de productividad
- Sistemas de comunicación más eficaces
- Alto nivel de compromiso
- Mejora del clima laboral
- Progreso en la dirección, control y supervisión del trabajo.
- Proporciona la coordinación entre los colaboradores de los diversos equipos.

Los conjuntos de las ventajas mostradas presentan que los trabajos en equipo

en su mayoría producen un mejor desempeño en los colaboradores, siendo beneficioso para la organización permitiendo que cada miembro pueda desarrollar sus habilidades y mostrar sus capacidades de manera grupal, los desafíos presentados se realizan de manera más óptima, ya que se muestran diversos puntos de vistas y soluciones alternas para ello.

## **2.5. Objetivo general y específicos: propósito del proyecto**

**Objetivo General:** Desarrollar un plan de mejora de las estrategias de liderazgo organizacional que permita aumentar las ventas en el área comercial del instituto Idat.

**Objetivos Específicos:** Determinar que dificultades de liderazgo presentan los colaboradores del área de ventas del instituto Idat y poder implementar mejoras.

**Objetivos Específicos:** Identificar los problemas de liderazgo a resolver en el área de ventas en el instituto Idat.

## **2.6. Hipótesis general y específicos**

**Hipótesis General:** El plan de mejora de las estrategias de liderazgo organizacional ayudará a aumentar las ventas en el área comercial del instituto Idat.

**Hipótesis Específica:** La mejoras en el plan de estrategias de liderazgo organizacional incrementarán las ventas en el área comercial del instituto Idat.

## **2.7. Variables**

- Plan de Estrategias de liderazgo organizacional
- Incremento de ventas en el área comercial del instituto Idat

El incremento de las ventas en el área comercial del instituto Idat dependerá del mejoramiento del plan de estrategias de liderazgo organizacional

## **2.8. Metodología del proyecto: diseños experimentales, sistemas de registros, técnicas a utilizar, factores y variables a estudiar**

### **Diseño de la Investigación**

#### **Tipo de Investigación:**

Investigación aplicada, dará una solución práctica para mejorar el plan de liderazgo del área de ventas del instituto Idat ya implementado.

#### **Nivel de Investigación:**

El Diseño es No Experimental, porque está basado en teorías, conceptos. Correlacional, ya que se emplea relación entre dos variables: Plan de Estrategia de liderazgo organizacional e incremento de ventas en el área comercial del instituto Idat.

Diseño transversal porque se obtiene la información en un determinado periodo de tiempo.

#### **Metodología:**

La metodología utilizada será mixta ya que se utilizará el enfoque cualitativo y cuantitativo.

Para el enfoque cualitativo se aplicó una entrevista con ocho preguntas en las cuales los entrevistados pueden desarrollarse, explicando desde su punto de vista y experiencias.

Para el enfoque cuantitativo se utilizará una encuesta la cual constará de veinte enunciados, que tendrán la opción de calificar en un rango del 1 (totalmente en desacuerdo) y cinco (totalmente de acuerdo) finalizado, obtendré los resultados el cual me permitirá conocer el estilo de liderazgo que posee cada líder y poder llegar a una conclusión.

Enfoque cualitativo

Alcance:

Fueron 5 personas a entrevistar

Personas a quienes está dirigida la entrevista:

- Kelly Bonifaz (Jefa de ventas de Idat)
- Lisset Amanqui (Líder del producto cursos)
- Elena Chávez (Líder del producto carreras)
- Lourdes Vásquez (Líder del producto carreras – becas)
- Pamela Arévalo (Líder del producto diplomados)

## Preguntas Anexo 2

### Método cuantitativo

Para la investigación se realizó un cuestionario basado en el test de estilos de liderazgo de Daniel Goleman, pionero en el estudio de la inteligencia emocional. El cuestionario fue dirigido a los líderes con el fin de poder conocer el estilo de liderazgo que ellos manejan.

Se realizaron 20 preguntas, las cuales fueron calificadas en el siguiente rango (1 totalmente en desacuerdo; 5 totalmente de acuerdo)

## Preguntas Anexo 3

### 2.9. Desarrollo de las herramientas

El objetivo de la investigación es desarrollar un plan de mejora de liderazgo organizacional que permita aumentar las ventas en el área comercial del instituto Idat.

Luego de haber realizado las encuestas y entrevistas a las respectivas líderes del área de ventas del instituto Idat, se obtuvo el estilo de liderazgo que presenta cada líder:

LÍDER	PUESTO	ESTILO
Kelly Bonifaz	Jefa de Ventas Central	Visionario
Elena Chávez	Líder de producto Carreras	Tutorial
Lourdes Vásquez	Líder de producto Carreras	Visionario
Lisset Amanqui	Líder de producto Cursos	Afiliativo
Panela Cáceres	Líder de producto Diplomados	Democrático

Tabla 1: Estilo de liderazgo de las líderes del área de ventas

Como se muestra en el cuadro las líderes Kelly Bonifaz y Lourdes Vásquez presentan el estilo de liderazgo Visionario, se adelantan a las necesidades que pueda presentar el instituto, ellas siempre están un paso adelante, se concentran

mucho en el futuro, lo cual es muy beneficioso para la empresa. Sin embargo, ello puede presentar problemas, ya que descuidan en momentos las gestiones administrativas del día a día y los beneficios de estos.

Líder Elena Chávez, muestra un estilo de liderazgo tutorial, ello la caracteriza mucho, ya que tiene un contacto muy cercano con los colaboradores, busca poder resaltar las habilidades que ellos tienen, continuamente los motiva, alentando a llegar a la meta establecida.

Algunas desventajas que presenta este estilo, es el doble proceso, ya que al querer que la persona entienda de la mejor manera, pueden llegar a enseñarle muchas veces el proceso, generando en las gestiones.

Líder Lisset Amanqui, el estilo que predomina en ella es afiliativo, se centra en conocer muy de cerca a su personal, para ella, es muy importante poder generar un buen clima laboral, que todos los colaboradores se sientan cómodos en el lugar que trabajan. Ello también puede tener un lado negativo, ya que, muchas veces los colaboradores al ver que el líder tiene un trato más amical pueden malinterpretarlo como permisivo, aprovechando en algunos casos, en pedir más permisos, no justificar faltas, entre otros. Bajando el rendimiento del equipo.

Por último, la líder Pamela Cáceres presenta un estilo de liderazgo Democrático, ella siempre genera participación de todo su equipo, busca que todos tengan iniciativa y los involucra mucho en las gestiones, continuamente los motiva a que ellos puedan tomar decisiones respecto a sus gestiones. Las desventajas que presenta este estilo de liderazgo, es que en ocasiones el equipo puede presentar fallas, pero al tener una completa confianza en ellos no intervenir, lo que perjudica directamente a la meta que quiere llegar.

Posterior a ello, se realizó la entrevista cualitativa, la entrevista consistía de 8 preguntas en las cuales, las líderes podían responder de manera libre.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

En conjunto, el liderazgo que mantenían se vio afectado debido al estado de

pandemia que entramos, se menciona que el cambio de manera presencial a remoto

fue muy impactante, ya que no existía un manual ni hubo un tiempo de preparación.

Tuvieron que adaptarse de la mejor manera y lo más rápido posible.

La actitud mostrada hacia sus equipos se modificó, dando paso a una mayor motivación hacia los resultados.

Indicaron que les fue muy difícil poder controlar los tiempos, y sentían una barrera al no tener contacto directo con los asesores. Las reuniones por la aplicación zoom, no eran precisamente la mejor opción, ya que existían problemas de internet, entre otros, generando distracciones.

Coinciden en que los rasgos que deben resaltar en el liderazgo durante la pandemia, es la motivación, tener una comunicación constante con el equipo, ya que, al no estar en contacto directo, no se puede conocer la actitud que están presentando o los problemas que se puedan estar generando, perjudicando de esta manera las gestiones y ventas.

## **2.10. Plan de actividades del proyecto**

Luego de analizar los resultados obtenidos, se plantea realizar 5 acciones en el plan de mejora del liderazgo organizacional, mediante estas acciones se busca lograr los objetivos planteados, de los cuales, se desea brindar una solución a los problemas en la disminución de ventas.

### **1. Acción N° 1**

La primera acción que se plantea es realizar **talleres de psicología**, muchas veces las empresas dejan de lado esta rama, la cual es fundamental para el desarrollo de las personas.

Bajo el contexto de la pandemia, muchas personas se vieron afectadas económicamente como de manera anímica, el desempeño mostrado no es del todo óptimo.

Por ello, se plantea implementar talleres de psicología. Con ello, se busca que los asesores logren poder superar los obstáculos que no permite que desarrollen el trabajo de la mejor manera.

La temática que presentarán los talleres serán los siguientes:

- Manejar el estrés y autocontrol
- Mejora de la comunicación con los demás
- Desarrollo de la empatía
- Cómo vencer la angustia y ansiedad
- Optimismo en tiempos de crisis
- Inteligencia emocional

Se realizarán dos modalidades: De manera grupal en la cual integrarán un número no mayor a 10 asesores e individual.

Persona responsable: Psicólogos.

Modalidad:

Sesiones Grupales

- Conformados por 4 grupos de 10 asesores
- Duración de 60 minutos
- Periodo: 6 sesiones que se abarcarán en 3 meses

Sesiones Individuales

- Conformados por 40 asesores (es la suma de los 3 productos: carreras, cursos y diplomados)
- Duración de 45 minutos
- Periodo: 3 sesiones por asesor en un periodo de 3 meses

El tiempo es estimado para que se puedan desarrollar sesiones y lograr la conexión entre los pacientes y el psicólogo.

Los talleres serán realizados por tres meses, tiempo en el cual se espera un informe y resultados.

Costo:

- El costo estimado por 1 sesión grupal es de 35 soles.
- El costo estimado por 1 sesión individual es de 30 soles.

## 2. Acción N°2

La segunda acción que se plantea es **Focus Group** con los asesores para conocer sus opiniones.

Los Focus Group, tienen como objetivo principal poder conocer las opiniones y experiencias de las personas que participan sobre un producto o servicio. Bajo este contexto, lo que se quiere lograr es conocer las opiniones de los asesores, mediante este método pueden aparecer sugerencias, quejas, las cuales serán recabadas para tomar el control de ellas.

Las preguntas que se realizarán en el focus Group son las siguientes:

1. ¿Cómo consideras que se están llevando los procesos que estás empleando?
2. ¿Qué desventajas y ventajas consideras del servicio?
3. ¿Cómo te sientes actualmente con el equipo de trabajo?
4. ¿Qué experiencias se han presentado con los clientes?
5. ¿Qué sugerencias tienes para el equipo?

Persona responsable: Líder de cada equipo.

Periodo: Se realizarán los Focus Group en un tiempo de 45 minutos en dos grupos, cada líder se encargará de elegir el día de la semana, organizando a su equipo y que no se cruce con fechas importantes como quincena o fin de mes.

Tomará las anotaciones más relevantes para luego tomar acciones sobre ellas.

## 3. Acción N°3

La tercera acción que se plantea es comprometiendo al equipo hacia los resultados mediante **incentivos**, para esta acción lo que se quiere plantear, es motivar a los asesores mediante incentivos. En este caso vales de consumo, enfocarse en fechas importantes. (quincena y fin de mes).

Colocar metas alcanzables, lo cual, hará que los asesores busquen llegar al número establecido para poder lograr el incentivo.

Cada líder manejará un Excel con las metas específicas para cada asesor, el cual lo compartirá en la fecha indicada e irá comunicando cómo van avanzando durante el día, para que cada asesor pueda observar su avance y saber que tan cerca está de cumplir la meta establecida del día. De esta manera se busca una competencia sana entre ellos, y la motivación de querer obtener el incentivo.

Persona responsable: Líder de cada equipo.

Periodo:

- Fechas 15 y 30 de cada mes.
- Día en que las ventas se encuentran estancadas (según criterio de cada líder).

Costo: Los bonos tendrán un valor inicial de 15 soles, los cuales pueden ir aumentando de acuerdo a los nuevos logros, hasta lograr el tope de 40 soles, el número total de asesores de los tres productos (carreras, cursos y diplomados) es de 40.

<b>Incentivos Quincena Asesor</b>	
Meta quincenal	Vale de consumo
8 matrículas por el día	15 soles
16 matrículas por el día	20 soles
22 matrículas por el día	30 soles
35 matrículas por el día	40 soles

Tabla 2: Meta quincenal por asesor e incentivos

<b>Incentivos Fin de Mes Asesor</b>	
Meta Fin de Mes	Vale de consumo
10 matrículas por el día	15 soles
20 matrículas por el día	20 soles
30 matrículas por el día	30 soles
40 matrículas por el día	40 soles

Tabla 3: Meta Fin de mes por asesor e incentivos

En la actualidad el área comercial no logra alcanzar la meta mensual trazada, en el caso de los meses anteriores el porcentaje alcanzado es del 80% y 97%, con estos incentivos, lo que se busca es que se logre obtener el 100% de las metas mensuales planteadas por el área de productos.

#### **4. Acción N°4**

La cuarta acción planteada es realizar **capacitaciones** constantes, contratar servicios de empresa de coach en temas relacionados a ventas online, manejo de clientes, entre otros, con el fin de poder capacitar a los asesores y lograr mejores resultados.

En coordinación con Recursos Humanos, se buscarán a las empresas con las cuales realizar las capacitaciones.

Persona responsable: Coach contratados expertos en temas de ventas, atención al cliente.

Modalidad: Se dividirán en 4 grupos de 10 asesores. De esta manera, se busca una conexión más directa entre los asesores y el coach.

Periodo:

- Las capacitaciones se realizarán los días sábados.
- Cada clase constará de tres sesiones.
- Cada sesión tendrá una duración de 90 minutos.

Costo:

- Costo por sesión 50 soles
- Costo total estimado 600 soles

## 5. Acción N°5

6. La quinta acción planteada es **monitorear** los procesos para evitar un doble trabajo y aprovechar los tiempos. Cada líder debe conocer cómo está trabajando su equipo, si cuenta con los recursos necesarios como: manual de procesos, equipos operativos, para poder desarrollarse. Por ello, se plantea la siguiente acción.

7. Cada uno de los líderes programará reuniones con cada asesor, pedirá que muestre los procesos que realiza y tomará el tiempo.

8. En esta dinámica, se podrán encontrar errores y aciertos en la plataforma, poca capacidad en la máquina, mal desarrollo del proceso del asesor, entre otros.

9. El líder tomará lista y dará un informe, se tomarán las medidas en caso sean tecnológicas con el equipo de soporte y si fuesen del asesor la capacitación correspondiente.

10. Persona responsable: Líder de cada equipo.

11. Periodo: El líder realizará una reunión virtual con cada asesor, el día será programado de acuerdo a un cronograma establecido, el cual, no afectará el tiempo empleado para realizar las ventas.
12. Tiempo estimado para realizar el informe es de 20 días.
13. Costo: No aplica

### III. Estimación del costo del proyecto

#### 3.1. Estimación de los costos necesarios para la implementación

Para la elaboración del plan de mejora de las estrategias de liderazgo organizacional y poder mejorar las ventas del instituto Idat en el área comercial, se requerirán acciones las cuales se involucrarán los líderes de cada equipo, coach para las sesiones psicológicas, convenios con empresas para realizar capacitaciones, recursos financieros para la implementación de incentivos mediante resultados.

RECURSOS	CANTIDAD	PERIODO	IMPORTE
Psicólogos	<b>Sesiones Grupales</b> 4 grupos de 10 asesores	6 sesiones en un periodo de 3 meses	Costo por sesión: S/. 30 soles <b>Costo total estimado: S/. 720 soles</b>
	<b>Sesiones Individual</b> 40 asesores entre carreras, cursos y diplomados	3 sesiones por asesor en un periodo de 3 meses	Costo por sesión: S/. 35 soles <b>Costo total estimado: S/. 4200 soles</b>
Incentivos	40 asesores	3 Fechas Quincenales 3 Fecha Fin de Mes Periodo de 3 meses	<b>Costo total estimado de vales de consumo: S/ 10,000 soles</b>
Profesores de acuerdo a la especialidad	1 Coach	4 grupos conformados por 10 asesores, 3 sesiones de 90 minutos por un periodo de 3 meses	Costo por sesión S/. 50 soles <b>Costo Total estimado: S/. 600 soles</b>
<b>COSTO FINAL DEL PROYECTO</b>			<b>S/ 14,800</b>

Tabla 4: Estimación del costo del proyecto

## **IV. Sustento del Mercado**

### **4.1. Alcance esperado del mercado**

El presente proyecto buscará lograr el beneficio del área comercial de Idat, dado que permitirá identificar los problemas a resolver en el área de ventas. Las acciones que pueden mejorar en el plan de liderazgo organizacional de cada líder de producto hacia sus asesores, beneficiando de esta manera el aumento de las ventas.

### **4.2. Descripción del mercado objetivo real o potencial del producto o servicio de forma de comercialización innovadora**

**Población de estudio:** Para la investigación se enfocó como población de estudio a colaboradores líderes del área de ventas del instituto Idat, los cuales tiene a su cargo personal. Lo conforman mujeres entre las edades de 28 a 40 años.

**Muestra:** La muestra seleccionada fue de 5 Líderes mujeres, las cuales se aplicaron entrevistas y test para conocer el tipo de liderazgo que presentan.

### **4.3. Descripción del modelo de negocio con el cual la innovación o investigación aplicada entraría al mercado**

El modelo de negocio que aplica el instituto Idat se centra en las ventas a través de la educación.

El plan de liderazgo organizacional presentado es óptimo, sin embargo, al entrar en un estado de pandemia esta se vio afectado cambiando notablemente la metodología, por ello, se busca mejorar el plan de liderazgo con el fin de poder identificar los problemas y aumentar las ventas.

#### **4.3.1. Propuesta de valor**

La investigación permitirá al instituto Idat mejorar el plan de liderazgo organizacional que mantiene actualmente, irá dirigido a mejorar el área comercial mediante acciones concretas, las cuales se enfocarán en los líderes y asesores. Se procederá con el aumento de ventas, las cuales disminuyeron durante la pandemia.

### **4.3.2. Fuentes de ingresos**

En este caso, el proyecto al ser aplicado para el instituto, no genera ingresos externos, ya que el plan va dirigido directamente al área de ventas del área comercial, en las mejoras de sus competencias de liderazgo.

### **4.3.3. Estrategia de penetración en el mercado**

El proyecto implementará un plan de mejora en el liderazgo organizacional que actualmente presenta el instituto Idat.

Se realizarán cinco acciones, las cuales van direccionadas directamente al liderazgo de las cinco líderes del equipo de ventas. Las acciones se centran en mejorar ventas mediante los asesores. Por ello, se implementará sesiones de psicológicas para mejorar el estado de ánimo de los asesores, dada la coyuntura de la pandemia. Sesiones con profesionales que buscarán capacitar, mejorando el proceso de venta y atención al cliente.

Para conocer cómo van desarrollando las actividades, procesos, se realizarán focus group, de ello, se rescatará un informe con todas las sugerencias y mejoras que se mantiene.

Adicional se usarán incentivos, esta acción buscará motivar a los asesores, para lograr alcanzar la meta planteada.

Por último, se realizará un detallado monitoreo de parte de los líderes, sobre los procesos que realizan los asesores, mediante esta acción se detectará posibles fallas de sistemas como de gestión.

Con estas acciones, lo que se busca, es mejorar el plan de liderazgo que mantiene el área de ventas del instituto Idat y dar una solución práctica para el aumento de ventas.

### **4.3.4. Alianzas**

Se busca poder realizar convenios con empresas que brinden capacitaciones en temas relacionados a ventas online, manejo de clientes, entre otros. Para poder capacitar a los asesores como se muestra en la acción número cuatro.

Además, en conjunto con el área de Recursos Humanos, crear convenios con consultorios de psicólogos, para desarrollar las sesiones con los asesores, y poder generar un vínculo, el cual se muestra detallado en la acción número uno.

## **V. Conclusiones y recomendaciones**

- Debido a la pandemia, el rubro educativo entró en un estado de cuarentena, por ende, el trabajo pasó de ser presencial a modalidad remota obligatoria.
- El liderazgo, es fundamental para el buen desarrollo de las organizaciones. Se desarrolla para lograr los objetivos planteados. Un buen liderazgo, determina el logro del equipo, el compromiso que éste muestra para alcanzar la meta trazada. Si no existe un liderazgo adecuado, no se tiene una visión clara del objetivo al que se quiere llegar, no hay orden, control ni motivación, el equipo ejecuta las acciones sin rumbo.
- A partir de la acción número 1 talleres de psicología, y la acción número 2 focus group, se logra mejorar el estado anímico de los asesores, se implementan talleres relacionados a inteligencia emocional, manejar el estrés entre otros.
- Los focus group, muestran las sugerencias que presentan los asesores, las cuales, en algunos casos, permiten conocer cómo se encuentra el clima laboral.
- Mediante el acto número 3 incentivos de ventas, se logra identificar un crecimiento en las ventas, ello permite deducir que el incentivo monetario, estimula el desempeño de los asesores, ya que muestra una mayor exigencia por superar los niveles y obtener la ganancia.
- Se requiere ejecutar capacitaciones con profesionales a partir del punto 4, se aborda un tema descuidado del instituto, las capacitaciones a los colaboradores. Se obtiene mejores resultados capacitando al equipo que contratando nuevo personal. Los asesores muestran una mejor atención al cliente, debido a las capacitaciones aprendidas.
- En base al movimiento 5 monitorear los procesos de los asesores, se logra identificar problemas con los aparatos con los que trabajan, con lo que se realiza, en colaboración con el área de soporte, el cambio respectivo de las máquinas en

mal estado. Adicional, se encuentra problemas de procesos; es decir, algunos asesores no conocían o no tenían el plan de capacitación correcto y actualizado. Por lo que esta acción, permite identificar errores simples que perjudican las gestiones diarias de los asesores.

- El instituto debe enfocarse no sólo en obtener ganancias, sino en la situación en la que se encuentra cada colaborador. Si bien para la continuidad de una empresa es fundamental generar ingresos, es de igual importancia mantener un clima laboral adecuado, poder brindar todas las herramientas necesarias para que el colaborador puede desempeñar de la mejor manera.

- Las 5 acciones planteadas para mejorar el liderazgo, deben efectuarse en un periodo de 3 meses, tiempo estimado para el logro de los objetivos. Es importante que se realicen las acciones con cada líder y equipos. No se debe posponer las fechas de capacitaciones, focus group, talleres de psicología, ni monitoreo, ya que se perdería el informe esperado, el cual permitirá tomar las acciones inmediatas.

Las líderes, deben tener una mayor interacción con sus equipos, conseguir el mayor número de sugerencias y recomendaciones. Tomar el tiempo adecuado para poder centrarse en cómo se están realizando las gestiones. Tomar el control oportuno de todas las sugerencias que brinde el equipo. Ello ayudará a que todos en conjunto puedan lograr los objetivos planteados.

## **VI. Fuentes de Información**

Alegre, T., Castillo, E., Reyes, C., y Salas, R. (marzo, 2021). Estilo de liderazgo y actitud al cambio organizacional en profesionales sanitarios durante COVID-19. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas*, 40(1). Recuperado de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-03002021000200007&lng=es&tlnq=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03002021000200007&lng=es&tlnq=es).

Cardona, P., Wilkinson, H. (diciembre, 2006) Trabajo en equipo IESE Business School: Universidad de Navarra. Recuperado de <http://arodi.yolasite.com/resources/Trabajo%20en%20equipo-IESE.pdf>

Castillo, E., Saavedra, M., Medina, A., Reyes, J., Bernardo, V., Trujillo, C., Reyes, C., Ayala, I. (julio, 2019). Liderazgo y clima organizacional en trabajadores de establecimientos de salud de una microred de Perú. *Revista Cubana Salud Pública*, 45(2). Recuperado de <https://scielosp.org/article/rcsp/2019.v45n2/e1351/#>

Contreras, F., Castro, G. (enero, 2013). Liderazgo, poder y movilización organizacional. *Revista Estudios Gerenciales*, 29(72). Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592313700214>

Contreras, F., Juárez, F., Barbosa D., Uribe, A. (diciembre, 2010). Estilos de liderazgo, riesgo psicosocial y clima organizacional en un grupo de empresas colombianas. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, XVIII (2),7-17. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90920053001>

Gonzalez Ocaña, K. M. (mayo, 2015). *Trabajo en equipo y satisfacción laboral (Estudio realizado con personal de operaciones de telemarketing de Transactel)* [Trabajo de pregrado, Universidad Rafael Landívar]. Recuperado de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Gonzalez-Karyn.pdf>

Labourdette, S., Scaricabarozzi, R., (2010) Hacia un nuevo concepto de liderazgo, Orientación y Sociedad. *Revista Internacional e Indisciplinaria de Orientación Vocacional Ocupacional*, (10). Recuperado de

<https://revistas.unlp.edu.ar/OrientacionYSociedad/article/view/8299>

Márquez, A., Villegas, F., Moreira, J., Gaibor, A. (2021). Rotación de personal y clima organizacional en la empresa eléctrica de distribución del Cantón Milagro. *Revista Conrado* 17(80). Recuperado de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1990-86442021000300371](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1990-86442021000300371)

Olivera, Y., Leyva, L., Napán, A. (agosto, 2021). Clima organizacional y su influencia en el desempeño laboral de los trabajadores. *Revista Científica De La UCSA*, 8(2). Recuperado de <http://revista-ucsa-ct.edu.py/ojs/index.php/ucsa/article/view/56>

Pedraja, L., Marchioni, I., Espinoza, C., Muñoz, C. (2020). Liderazgo y cultura organizacional como factores de influencia en la calidad universitaria: un análisis conceptual. *Revista Formación universitaria*, 13(5). Recuperado de <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062020000500003>

Rivas, J. (2019). Evolución del estilo de liderazgo de los nuevos partidos políticos en México y España: Andrés Manuel López Obrador, Pablo Iglesias y Albert Rivera (2014-2016). *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 64(235). Recuperado de <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2019.235.64108>

Uzurriaga, M., Osorio, C., Arias, O. (2020) *Liderazgo: definiciones y estilos* [Trabajo de grado, Universidad Santiago de Cali]. Recuperado de <https://repository.usc.edu.co/bitstream/handle/20.500.12421/4680/LIDERAZGO%3a%20DEFINICIONES%20Y%20ESTILOS.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

## VII. Anexos

### Anexo 1 (matriz de consistencia)

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DISEÑO METODOLÓGICO
¿De qué manera las estrategias de liderazgo organizacional han presentado dificultades a los colaboradores en el área de ventas del instituto Idat?	<b>GENERAL:</b> Desarrollar un plan de mejora de las estrategias de liderazgo organizacional que permita aumentar las ventas en el área comercial del instituto Idat.  <b>ESPECÍFICOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Determinar que dificultades de liderazgo presentan los colaboradores del área de ventas del instituto Idat y poder implementar.</li> <li>Identificar los problemas de liderazgo a resolver en el área de ventas en el instituto Idat.</li> </ul>	<b>GENERAL</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>El plan de mejora de las estrategias de liderazgo organizacional ayudará a aumentar las ventas en el área comercial del instituto Idat.</li> </ul> <b>ESPECÍFICA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>La mejoras en el plan de estrategias de liderazgo organizacional incrementarán las ventas en el área comercial del instituto Idat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plan de Estrategias de liderazgo organizacional</li> <li>Incremento de ventas en el área comercial del instituto Idat</li> </ul>	<b>TIPO</b> Investigación aplicada, dará una solución práctica para mejorar el plan de liderazgo del área de ventas del instituto Idat ya implementado.  <b>NIVEL</b> El nivel de la investigación será Descriptiva, ya que está orientada a compilar los datos sobre liderazgo que presentaron los líderes del área de ventas del instituto Idat.  <b>DISEÑO</b> El Diseño es No Experimental, porque está basado en teorías, conceptos.  <b>CORRELACIONAL</b> Correlacional, ya que se emplea relación entre dos variables  <b>TRANSVERSAL</b> Diseño transversal porque se obtiene la información en un determinado periodo de tiempo.
			<b>POBLACIÓN Y MUESTRA</b>	
			<b>POBLACIÓN</b> Para la investigación se enfocó como población de estudio a colaboradores líderes del área de ventas del instituto Idat, los cuales tiene a su cargo personal. Lo conforman mujeres entre las edades de 28 a 40 años.  <b>MUESTRA</b> La muestra seleccionada fue de 5 Líderes mujeres, las cuales se aplicaron entrevistas y test para conocer el tipo de liderazgo que presentan.	

### Anexo 2

#### Preguntas:

- ¿Cómo definirías el liderazgo?
- ¿Qué consideras importante en el liderazgo?
- ¿Cuáles consideras son los rasgos que deben resaltar en el liderazgo en el escenario de la pandemia?
- ¿Cómo crees que cambió tu liderazgo en pandemia?
- ¿Crees que durante la pandemia se presentaron obstáculos para poder liderar? ¿Cuáles fueron?
- ¿Crees que los asesores se sentían motivados con el tipo de liderazgo que percibían?
- ¿Si consideras que las ventas disminuyeron, qué medidas tomaste para mejorar las ventas?
- ¿Crees que podrías mejorar el estilo de liderazgo que mantienes?

### Anexo 3

#### Preguntas:

1. Descubre los intereses de mis compañeros e intento orientarlos hacia una

meta en común

2. Intento ser honesto/a y transparente cuando hablo con mis compañeros
3. Me considero una persona minuciosa en mi labor a mis compañeros y de formar a otras personas
4. Conozco bien a mis colaboradores y tengo un vínculo muy fuerte con ellos
5. Intento ofrecer todo mi apoyo cuando un compañero pasa por un momento de dificultad personal
6. Escucho, respeto y considero atentamente las opiniones de los demás de opinar/decidir
7. Gestiono las reuniones de trabajo para conseguir que los demás participen de una manera eficaz
8. Superviso de cerca lo que hace mi equipo para asegurarme de que todo se hace a mi manera
9. Me cuesta reaccionar al fracaso personal y puedo llegar a culpar a los demás por mis fallos
10. Delego actividades y tareas, pero no la autoridad para modificar las decisiones ya tomadas
11. No acepto los fracasos personales ni la sugerencia de que estoy equivocado en mi forma de ver el mundo
12. Exijo superar las metas que consigue mi equipo con el fin de seguir mejorando
13. Mantengo una comunicación abierta sobre los objetivos del equipo y su relación con las expectativas de mis compañeros.
14. Suelo utilizar los fracasos de las personas como estímulos de superación
15. Construyo mi proyecto sobre el optimismo, la esperanza en el futuro y el compromiso de mi equipo
16. Me da miedo tomar el control de una situación, prefiero dejar que las demás personas se encarguen de todo
17. Busco activamente las opiniones de los demás como inspiración para ideas frescas y novedosas
18. Conseguir resultados positivos y visibles es mi prioridad, la tensión y el estrés es el precio a pagar por el éxito
19. Cuando hay una crisis en el equipo, me controlan los nervios y no sé cómo gestionarla

20. Soy una persona protectora con las personas que me obedecen, soy muy protectora, respeto los que abiertamente me contradicen, pero no perdono a los que me engañan

<https://www.psicologia-online.com/test-de-liderazgo-con-resultados-4199.html>