



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Plan de reconocimiento laboral para mejorar las ventas en la empresa
Detalles Zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

Vanessa del Águila del Águila

ASESOR:

Mg. Roger Burgos Bardales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión del Talento Humano

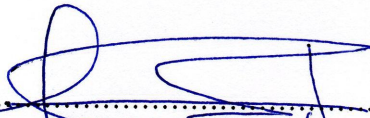
TARAPOTO – PERÚ

2019


El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) **VANESSA DEL AGUILA DEL AGUILA** cuyo título es: **“Plan de reconocimiento laboral para mejorar las ventas en la empresa Detalles Zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018”**

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 16, DIECISEIS.

Tarapoto, 16 de JULIO de 2018



PRESIDENTE
Mg Julio Alberto Escalante Torres
Lic. N° 19171



Mg. Roger Burgos Bardales
CLAD: 9264

SECRETARIO



Lic. Adm. Miguel Salazar Hidalgo
CLAD N° 10633
VOCAL



aboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
-------	----------------------------	--------	--	--------	-----------

Dedicatoria

Dedico este trabajo principalmente a mi familia y a Dios por acompañarme todos los días y por permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante en mi formación profesional.

A mi padre Rodolfo, por ser apoyo en mi carrera, en mis logros, en todo, a mi madre, por ser un pilar importante y por su apoyo, sin importar nuestras diferentes de opinión, a mis hijos Fernanda y Fabian, por el tiempo que tuve que compartir entre la Universidad y ellos y a mi compañero Pepe por su apoyo y constancia en mi formación profesional y empresarial.

Agradecimiento

El agradecimiento a la Universidad César Vallejo, por abrirme las puertas en este centro de estudio, agradezco a mi asesor el Mg, Roger Brugos Bardales por su constante paciencia en este periodo y a cada uno de mis docentes quienes me inculcaron perseverancia en todos estos años.

A los trabajadores de “Detalles Zapateria”, en especial al área de Recursos Humanos, por su paciencia, por transmitirme sus experiencias en lo laboral a lo largo de este periodo.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Vanessa Del Aguila Del Aguila, Identificado con DNI N° 44752498, autor de mi investigación titulada: "Plan de reconocimiento laboral para mejorar las ventas en la empresa Detalles zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018", declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en partes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Tarapoto, 16 de Julio de 2018



Vanessa Del Aguila Del Aguila

DNI N° 44752498

Presentación

Señores miembros del jurado calificador; cumpliendo con las disposiciones establecidas en el reglamento de grado y títulos de la Universidad César Vallejo; pongo a vuestra consideración la presente investigación titulada: “Plan de reconocimiento laboral para mejorar las ventas en la empresa Detalles zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018”, con la finalidad de optar el título profesional de Administración

La investigación está dividida en VI capítulos:

Capítulo I. INTRODUCCIÓN. Se considera la realidad problemática, trabajos previos, teorías relacionadas al tema, formulación del problema, justificación del estudio, hipótesis y objetivos de la investigación.

Capítulo II. MÉTODO. Se menciona el diseño de investigación; variables, operacionalización; población y muestra; técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad y métodos de análisis de datos.

Capítulo III. RESULTADOS. En esta parte se menciona las consecuencias del procesamiento de la información.

Capítulo IV. DISCUSIÓN. Se presenta el análisis y discusión de los resultados encontrados durante la tesis.

Capítulo V. CONCLUSIONES. Se considera en enunciados cortos a lo que se ha llegado en esta investigación, teniendo en cuenta los objetivos planteados.

Capítulo VI. RECOMENDACIONES. Se precisa en base a los hallazgos encontrados.

Índice

Página del Jurado	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
Índice	vii
Índice de tablas.....	viii
Índice de figuras.....	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRAC.....	xi
I. INTRODUCCION.....	12
1.1. Realidad problemática	12
1.2. Trabajos previos	13
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	15
1.4. Formulación del problema	19
1.5. Justificación del estudio.....	19
1.6. Hipótesis.....	20
1.7. Objetivos	21
II. MÉTODO.....	22
2.1. Diseño de investigación.....	22
2.2. Variables, operacionalización	22
2.3. Población y muestra	24
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	24
2.5. Métodos de análisis de datos	25
2.6. Aspectos éticos	25
III. RESULTADOS	26
IV. DISCUSIÓN.....	39
V. CONCLUSIONES	41
VI. RECOMENDACIONES.....	42
VII. REFERENCIAS	43
ANEXOS	45

Índice de tablas

Tabla 1: Reconocimiento laboral.....	26
Tabla 2: Alabanza o elogio.....	27
Tabla 3: Agradecimiento.....	27
Tabla 4: Recompensas.....	28
Tabla 5: Ventas.....	29
Tabla 6: Soluciones a los clientes.....	30
Tabla 7: Manejo de objeciones.....	31
Tabla 8: Cierre de venta.....	32

Índice de figuras

Figura 1: Reconocimiento laboral.....	26
Figura 2: Alabanza o elogio.....	27
Figura 3: Agradecimiento.	28
Figura 4: Recompensas.	29
Figura 5: Ventas.....	30
Figura 6: Soluciones a los clientes.	31
Figura 7: Manejo de objeciones.	32
Figura 8: Cierre de venta.....	33

RESUMEN

La Tesis titulada “Plan de reconocimiento laboral para mejorar las ventas en la empresa Detalles zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018”, se ha desarrollado con el objetivo de determinar la influencia del plan de reconocimiento laboral en el nivel de ventas, en la empresa Detalles Zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018, variables que fueron descritas de acuerdo a los aportes teóricos de Chiavenato (2007), para la variable de reconocimiento laboral y Vásquez (2014), para la variable administración de ventas y apoyadas con los conocimientos adquiridos durante nuestros estudios universitarios, que ayudaron a que nuestra investigación se fundamente siendo el diseño no experimental y de nivel descriptivo correlacional, de esta manera procesar los datos obtenidos mediante la ayuda de herramientas estadísticas, para que de esa manera se evaluó la variable reconocimiento laboral y la administración de ventas en la zapatería detalles, lo que se llegó a la conclusión principal que se acepta que se acepta que el plan de reconocimiento laboral influye significativamente en el nivel de ventas en la empresa Detalles Zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018.

Palabras claves: Reconocimiento laboral, administración de ventas.

ABSTRAC

The thesis entitled "Labor Recognition Plan to improve sales in the company Shoe store details, in the city of Tarapoto, 2018", has been developed with the aim of determining the influence of the labor recognition plan on the level of sales, in the company Details Zapatería, in the city of Tarapoto, year 2018, variables that were described according to the theoretical contributions of Chiavenato (2007), for the variable of labor recognition and Vásquez (2014), for the variable administration of sales and supported with the knowledge acquired during our university studies, which helped our research to be based on the non-experimental design and correlational descriptive level, in this way to process the data obtained through the help of statistical tools, so that in this way the variable labor recognition and sales management in the shoe store details, what was arrived at the co Main conclusion that it is accepted that it is accepted that the labor recognition plan significantly influences the level of sales in the company Details Zapatería, in the city of Tarapoto, year 2018.

Keywords: Labor recognition, sales administration.

I. INTRODUCCION

1.1. Realidad problemática

Día a día las personas que trabajan en las empresas grandes, medianas o pequeñas luchan por cumplir sus metas, al mismo tiempo desean que el trabajo realizado sea reconocido por los superiores a cargo del grupo humano, es así que se trata de una motivación relacionada con la teoría de Abraham Maslow en 1943, en la cual los seres humanos deseamos: reconocimiento, aprecio y logro.

En Latinoamérica, en especial en el Perú, normalmente las grandes empresas y las multinacionales son las que crecen constantemente, pero sucede lo contrario con las medianas y pequeñas empresas ya que la mayoría fracasan en el tiempo y son pocas las que sobreviven. Un panorama aún más desalentador es el caso de los microempresarios y emprendedores, ya que ningún tipo de beneficio económico y mucho menos el reconocimiento psicológico, es así que en los últimos años un porcentaje elevado de trabajadores laboran en la informalidad, contando con un contrato con un sueldo fijo sin ningún tipo de beneficio económico y mucho menos el reconocimiento psicológico.

Actualmente en la región San Martín son muy pocas las empresas que se trabajan con sistemas de reconocimiento laboral, sin embargo, es de vital importancia implantarlo para hacer de su empresa se convierta el mejor lugar para trabajar y por tanto una empresa exitosa. En este contexto la empresa Detalles Zapatería ha identificado problemas como la falta de reconocimiento laboral, no se valora al personal que labora, no se les reconoce a los mejores colaboradores, con poco incentivo remunerativo en cuanto a cumplimiento de las metas, con remuneraciones no tan atractivas, esto conlleva a no tener personal motivado, reflejándose en el nivel de ventas constantes aun teniendo un personal calificado con experiencia y un mayor posicionamiento en el mercado. Por ello Detalles Zapatería consciente de sus problemas se ha visto en la necesidad de evaluar y proponer estrategias acordes a sus necesidades.

1.2. Trabajos previos

A nivel internacional

Ramírez (2014). En su investigación titulada: *“Sistema de Reconocimiento para Alcanzar los Objetivos Claves de la Empresa RVL”* (Tesis de pregrado). Universidad Tecnológica de Querétaro, México, concluye que el sistema de reconocimientos aplicados por la empresa abrió nuevas puertas al personal para que este se encuentre motivado y se involucre con los objetivos de la empresa, sin embargo, la empresa debe de brindar todas las herramientas de motivación para que el personal pueda cumplir con las metas asignadas.

Alves (2011). En su investigación titulada: *“Satisfacción y reconocimiento laboral de los empleados del corporativo Adventista de Montemoleros”*. (Tesis de pregrado). Universidad de Montemoleros, México. Llegó a la siguiente conclusión: Que a mayores reconocimientos mayor será el grado de satisfacción laboral, estando más satisfechos las personas con mayor grado académico y los menos satisfechos con menor grado académico, así consideran que todos tienen un reconocimiento laboral regular y muchas veces buena, lo que hace que exista una relación entre ambas variables.

A nivel nacional

Tito (2012). En su investigación titulada: *“Gestión por competencias y productividad Laboral en empresas del sector confección de calzado de Lima Metropolitana”* (Tesis de posgrado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima. Llegó a la siguiente conclusión: Que el sector industrial de calzado es poco productivo, ya que en los planes del Ministerio de Educación no se considera la formación de jóvenes para industrializar en forma operativa este rubro, enfocándolos en otros temas, lo que hace la carencia de productos de calidad y de poco personal profesional en este rubro, políticas que el estado debe de

implementar desde el nivel secundario en todas las instituciones educativas.

Alva y Juárez (2014). En su investigación titulada: *“Relación entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de productividad de los colaboradores de la empresa Chimú Agropecuaria S.A. del distrito de Trujillo-2014”* (Tesis de pregrado). Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo. Llegó a la siguiente conclusión: La empresa no brinda reconocimientos ni incentivos alguno a los colaboradores, así mismo no se les capacita ni se les brinda los recursos necesarios para que realicen sus funciones y pueden tener un buen desempeño, existiendo insatisfacciones acerca de las remuneraciones percibidas en relación a las funciones que realizan.

Alvitez y Ramírez (2013). En su investigación titulada: *“Relación entre el Programa de Compensación e Incentivos y la Motivación en los empleados de la Empresa del grupo Almer, Trujillo_ Perú”* (Tesis de pregrado). Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, Perú. Llegó a la siguiente conclusión: la inexistencia de planes y programas de reconcomiendo en la gran mayoría de empresas del Perú, por lo estas deben de forjar programas que ayuden al colaborador a que este motivado, con compensaciones, incentivos y reconocimientos oportunos que permitan al colaborador desarrollarse profesionalmente y este satisfecho laboralmente.

A nivel local

Ayala (2014). En su investigación titulada: *“Evaluación del Desempeño Laboral aplicado a los colaboradores de ORVISA en la Sucursal Bagua Grande y sus beneficios en el año 2013”* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto. Llegó a la siguiente conclusión: una evaluación del desempeño brinda a la empresa un diagnóstico real de su personal, así mismo permite al colaborador identificar sus debilidades y fortalezas, así mismo se conoce el

comportamiento de cada individuo y las expectativas de cada jefe dentro de la empresa.

1.3. Teorías relacionadas al tema.

1.3.1. Reconocimiento laboral

Chiavenato (2007) quien afirma “Que reconocer el esfuerzo laboral, realza el valor emocional del trabajador en la organización, considerado así más primordial un reconocimiento oportuno que cualquier otro tipo de motivación, considerándolo que es mejor ser reconocido por la contribución a algo (p.67)

McAdams (1998) “Indica que el reconocimiento laboral es un sistema formalizado que da fuerza al proceso motivacional e identificación con la organización para mejorar el desempeño laboral” (p.89)

De manera parecida Ford (2005), indica que “El hecho de considerar laboralmente mediante un reconocimiento en el momento oportuno motiva en entrega y producción total acertada” (p.90)

Fortalece a todo lo anterior Gitman y McDaniel (2008),

Quienes indican que el reconocimiento laboral es una retroalimentación, que consiste en motivar al colaborador producto de un buen desempeño que hace en beneficio de la organización (p.45)

Levering (2002), afirma que:

El medio donde se desarrolla el ámbito laboral es donde se transmite la confianza entre los integrantes del equipo, por tanto, las organizaciones pueden ser un gran lugar para trabajar y como consecuencia más exitosa”. Entre las mejores empresas calificadas para trabajar están: Liderman, Interbank, Scotiabank, Sodimac, Telefónica, JW Marriott, Real Plaza, City Bank, Grupo Tecsup, Cofide, Natura, Hoteles Hilton. (p.89)

Algunos beneficios para la implementación del reconocimiento laboral

Según la Asociación de buenos empleadores, menciona algunos beneficios (p. 1)

- Contribuye a la mejora del rendimiento y desempeño de cada uno de los colaboradores.
- Desarrolla en mayor volumen la producción a gran escala cualitativa de su gestión.
- Genera una motivación laboral efectiva en mención personal laboral en cuanto al autoestima.

Las ventajas de fomentar el reconocimiento de desempeño en una organización

StarMeUp OS (2018). Menciona: “Que ayuda al reconocimiento mutuo en mención al crecimiento cultural que empoderan los valores de la organización inteligente.” (p. 4)

- Dele sentido a los valores: El esfuerzo y dinero en sus valores corporativos invierten un montón en campañas
- Acorte brechas físicas: Si el trabajo es difícil, el desafío, es el reconocimiento de toda actividad se realiza con grades sacrificios.
- Los líderes pueden dar el ejemplo: Es una excelente oportunidad quienes hacen la diferencia.

Elementos del reconocimiento laboral:

Chiavenato (2007), hace referencia de sus cuatro elementos básicos, recalando que como mínimo uno debe ser cumplido para lograr la obtención del reconocimiento de éxito que se otorga al colaborador; los elementos se mencionan a continuación:

a) La alabanza o elogio: También denominado como “cumplido”, el mismo que no debe presentar adulaciones, y es preciso hacerlo de manera halagadora hacia una persona por sus logros obtenidos, su belleza, o su manera de tomar las cosas, y por otro tipo de situaciones.

- Logro alcanzado: Es el resultado satisfactorio de acciones trabajadas durante un tiempo específico.
- Preferencia del empleado: Cuando al empleado le nace realizar cierta actividad ya sea de manera individual o colectiva.

b) El agradecimiento: Es la forma de como los superiores hacen llegar al colaborador, ya sea esta de manera escrita o algún otro medio de comunicación (p.50).

- Agradecimiento a los esfuerzos: Ser reconocido por la empresa.

c) Las Recompensas: es uno de los elementos importantes del reconocimiento, dar a los empleados recompensas, como obsequios. (p.55)

- Regalos: Cosa que se da a una persona como muestra de afecto o de consideración.

1.3.2. Administración de ventas

Para Vásquez (2014). Menciona:

Ser un personal de ventas permite realizar trabajo de campo y tener la libertad de elegir sus clientes le permitirá a su vez mayores retribuciones de acuerdo al nivel de ventas alcanzadas (p.3)

Jobber y Lancaster (2012), define como:

Conjunto de elementos que permitirá al personal llegar a los objetivos propuestos, incluyendo para ellos capacitaciones de las funciones que estos van a realizar como fuerzas de ventas (p.78)

Por su parte Kotler (2012), menciona que:

“Tanto los consumidores como negocios funcionan de manera sincronizada, es decir poder apalancar las ventas con las demandas y poder proveer las necesidades y exigencias de los clientes mediante ofertas y promociones por los medios correspondientes. (p.67)

La motivación focus group empresarial

Para Jobber y Lancaster (2012), la motivación de las ventas es de vital importancia para poder equilibrar las compensaciones laborales recíprocas entre empresa y vendedor, de manera que ambos puedan estar comprometidos con las metas trazadas por la empresa.

- a) Trabajo de ventas: Los vendedores como personas se sienten emocionadas para desarrollar este arte. Pero en ocasiones ante rechazos de compra por parte del cliente se desmotivan y realizan el cierre de ventas oportunamente.
- b) Vendedor solitario: El vendedor en ocasiones trabaja de manera independiente y no se organiza adecuadamente realizando en desorden y sin una guía a seguir ya que suele ser muy independiente y cerrado en su trabajo.
- c) La visión no es compartida: En algunas empresas ponerse muchos objetivos y no focalizarse en desarrollar en forma ordenada hacen que los vendedores no asuman el objetivo general que es incrementar las ventas siendo esto una barrera que obstaculiza el crecimiento de la empresa.
- d) Entornos dinámicos del mercado: El ámbito de negocios del mercado hacen que las situaciones ya no sean las previstas de un inicio, haciendo una retroalimentación de procesos y generando nuevas estrategias de mercado.

Objetivos de la administración de ventas

Para Torres (2014). Tener la capacidad de entender las necesidades existentes en tiempo real según el lugar que

presenten distintas necesidades, predecirlas si es posible o en todo caso proponer herramientas necesarias para seguir visionándose y estar presente ante las competencias existentes. (p.9)

Dimensiones de la administración de ventas

Vásquez (2014, p .16). Menciona los procesos existentes en el ciclo de ventas que de alguna manera se integran en un cubo dimensional de las cuales son las siguientes:

- 1. Soluciones a los clientes:** En el proceso se suscitan incidentes que en su mayoría necesitan de una solución asequible en concordancia con las políticas de la empresa, manteniendo siempre el respeto y manejando situaciones de forma ponderada.
- 2. El manejo de conflictos:** Tomar estos casos de forma muy particular y llegar al fin de convertirse en oportunidad para crear una contraparte de negocio.
- 3. Cierre de ventas:** El vendedor no debe estar conforme hasta que este proceso se realice
 - Reducción de costo: Cantidad de dinero que cuesta una cosa
 - Incremento de la eficiencia: Lograr hacer más cosas con menos esfuerzo, se está mejor preparado para tomar decisiones.

1.4. Formulación del problema

¿Cuál es la influencia plan de reconocimiento laboral en el nivel ventas en la empresa Detalles Zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018?

1.5. Justificación del estudio

Justificación teórica

Sustentada en la teoría de Reconocimiento Laboral de **Chiavenato (2007)** y Administración de ventas por **Vásquez (2014)** estos conceptos

se toman como bases para realizar el plan de reconocimiento y su influencia en el crecimiento de las ventas.

Justificación práctica

La Empresa Zapatería Detalles, contara con un beneficio efectivo en cuanto al mejoramiento de los procesos, asimismo en concordancia los dueños de la empresa, la gerencia general, los colaboradores y todo el personal de la empresa lograra el desarrollo práctico.

Justificación metodológica

Se empleó la metodología de Huamanchumo y Rodríguez (2015), la cual ponen énfasis a desarrollar una metodología desde la identificación de los problemas, desarrollo de la información, planteamiento de la hipótesis y objetivos, los resultados obtenidos y las conclusiones obtenidas.

Justificación social

Se aplica el plan de mejora propuesto, lo que contribuirá en el bienestar del colaborador y de su familia, así mismo servirá como base para investigaciones futuras.

1.6. Hipótesis

Hipótesis general

El plan de reconocimiento laboral influye significativamente en el nivel de ventas en la empresa Detalles Zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018.

Hipótesis específicas

H₁: El plan de reconocimiento laboral de la empresa Detalles Zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018, es el adecuado.

H₀: El nivel de ventas en la empresa Detalles Zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018, es bueno.

1.7. Objetivos

General

Determinar la influencia del plan de reconocimiento laboral en el nivel de ventas, en la empresa Detalles Zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018.

Específicos

- Evaluar los reconocimientos laborales del personal de ventas en la empresa Detalles Zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018.
- Evaluar el nivel de ventas de la empresa Detalles Zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018.
- Calcular el nivel de influencia del plan de reconocimiento laboral en el nivel de ventas, en la empresa Detalles Zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018.
- Proponer un plan de reconocimiento laboral para aumentar el nivel de ventas, en la empresa Detalles Zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018.

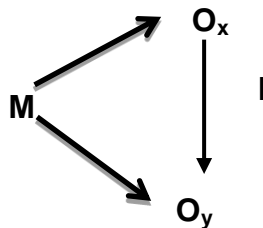
II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

Se asumirá el diseño no experimental; el cual se basa fundamentalmente en la observación y no se adulterará ninguna variable de estudio. (Huamanchuco y Rodríguez (2015))

La investigación es de nivel descriptiva correlacional porque describió el comportamiento de las variables en el sector agricultura, para llegar finalmente a establecer relación de tipo causal entre variables. (Huamanchuco y Rodríguez (2015))

Que:



Donde:

M = Trabajadores de la empresa

O_x = Plan de reconocimiento laboral

O_y = Administración de ventas

I = Influencia

2.2. Variables, operacionalización

- **Variable independiente:** Plan de Reconocimiento laboral.
- **Variable dependiente:** Administración de ventas.

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Reconocimiento laboral	Chiavenato (2007) quien afirma “ Que realizar un elogio por su trabajo da valor agregado en la organización, considerado así mas primordial un reconocimiento oportuno que cualquier otro tipo de motivación, considerándolo que es mejor ser reconocido por la contribución a algo (p.67) (p.67)	La satisfacción general de un trabajador no va solo por la parte remunerativa, también intervienen circunstancias donde el proceso de reconocimiento se integra a la satisfacción laboral la que será evaluada a través de las dimensiones e indicadores.	La alabanza o elogio El agradecimiento Las recompensas	Logro alcanzado Preferencia del empleado Agradecimiento a los esfuerzos Regalos	Ordinal
ventas	Ser un personal de ventas permite realizar trabajo de campo y tener la libertad de elegir sus clientes le permitirá a su vez mayores retribuciones de acuerdo al nivel de ventas alcanzadas (p.3)	Proceso por el cual intervienen un comprador y un vendedor que interactúan de diversas maneras, para los cuales se presentan las dimensiones solución a clientes, manejo de objeciones, cierre de ventas.	Soluciones a los clientes El manejo de objeciones Cerrar la venta	Presentación de la venta Incentivar el deseo Resistencia de las ventas Reducción de costo Incremento de la eficiencia Mejoramiento de servicio	

Fuente: Elaboración propia

2.3. Población y muestra

Población

Según Huamanchuco y Rodriguez (2015): Define como un total de personas que comparten características similares en una determinada ubicación”.

En la presente investigación se conformó por todos los trabajadores de las tres (03) tiendas de la empresa, el cual hace un total de 36 trabajadores.

NIVEL	GERENTE GENERAL	ASISTENTE ADMINISTRATIVO	SUPERVISOR (LIDER)	PROCESO DE VENTAS		TOTAL PERSONAL
				VENTAS	CAJA	
EMPRESAS	1	2	-	-	-	3
TIENDA 1	-	-	1	9	1	11
TIENDA 2	-	-	1	10	1	12
TIENDA 3	-	-	1	8	1	10
TOTAL	1	2	3	27	3	36

Muestra

La muestra se conformó por 30 personas que son solo el personal de proceso de ventas (ventas: 27 personas y caja: 3 personas) porque es el área que se trabajara nuestra investigación.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

TECNICAS E INSTRUMENTOS		
TECNICAS	INSTRUMENTOS	FUENTES / INFORMANTES
Encuesta	Cuestionario	Nivel de ventas / trabajadores de Zapatería Detalles
fichaje	Fichas bibliográficas	Libros, artículos, tesis, blogs
Capacitación y Talleres	Plan de reconocimiento	Reconocimiento Laboral / trabajadores de Zapatería Detalles

Validación del instrumento

Se sometió previamente al juicio de expertos, y por ende contó con el respaldo de dos profesionales en administración y uno en metodología de investigación.

Confiabilidad del instrumento

Se aplicó el Alfa de Cronbach asistido por el programa SPSS 22.

2.5. Métodos de análisis de datos

Se empleará la estadística para el manejo de información:

Organización de datos, procesamiento de datos, agrupación en tablas y figuras estadísticas.

2.6. Aspectos éticos

En todo momento la información vertida se sostuvo con bastante confidencialidad y siguiendo las reservas del caso.

III.RESULTADOS

3.1. Evaluar los reconocimientos laborales del personal de ventas en la empresa Detalles Zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018.

Tabla 1: Reconocimiento laboral.

Intervalos	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	3%
Casi nunca	7	23%
A veces	17	57%
Casi siempre	2	7%
Siempre	3	10%
	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa.

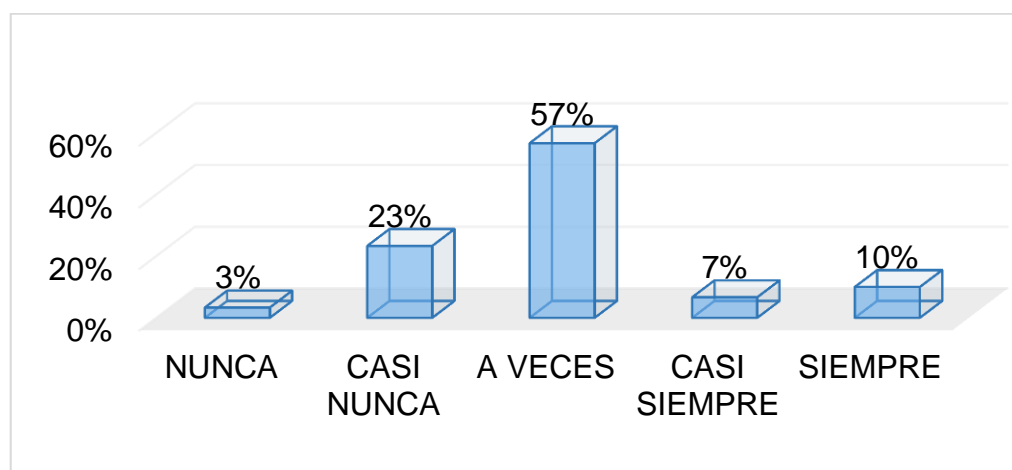


Figura 1: Reconocimiento laboral.

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa.

Del total de personas encuestadas, el 3% manifestó que nunca existe reconocimientos laborales, el 23% que casi nunca, el 57% que a veces, el 7% que casi siempre y solo el 10% que siempre.

Tabla 2
Alabanza o elogio.

Intervalos	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	7%
Casi nunca	9	30%
A veces	14	47%
Casi siempre	2	7%
Siempre	3	10%
	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa.

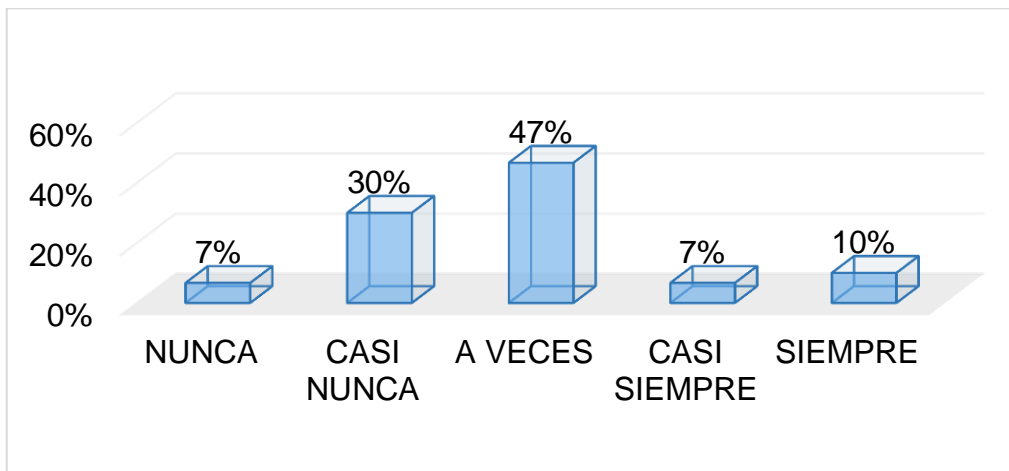


Figura 2. *Alabanza o elogio.*

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa.

Del total de personas encuestadas, el 7% manifestó que nunca existe alabanzas o elogios al personal, el 30% que casi nunca, el 47% que a veces, el 7% que casi siempre y solo el 10% que siempre hay alabanzas o elogios al personal por parte de la empresa.

Tabla 3
Agradecimiento.

Intervalos	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	5	17%
A veces	18	60%
Casi siempre	6	20%
Siempre	1	3%
	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa.

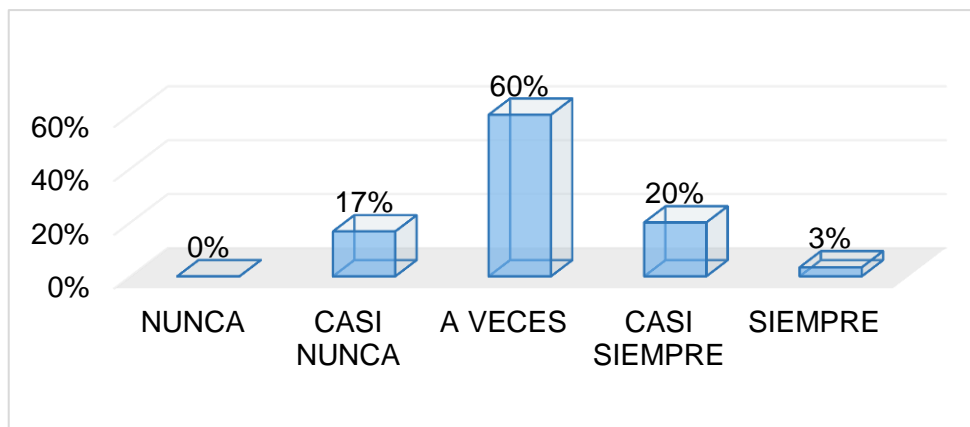


Figura 3. Agradecimiento.

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa.

Del total de personas encuestadas, el 17% manifestó que casi nunca existe agradecimientos al personal, el 60% que a veces, el 20% que casi siempre y solo el 3% que siempre existe agradecimientos al personal por parte de la empresa.

Tabla 4

Recompensas.

Intervalos	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	9	30%
A veces	17	57%
Casi siempre	2	7%
Siempre	2	7%
	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa.

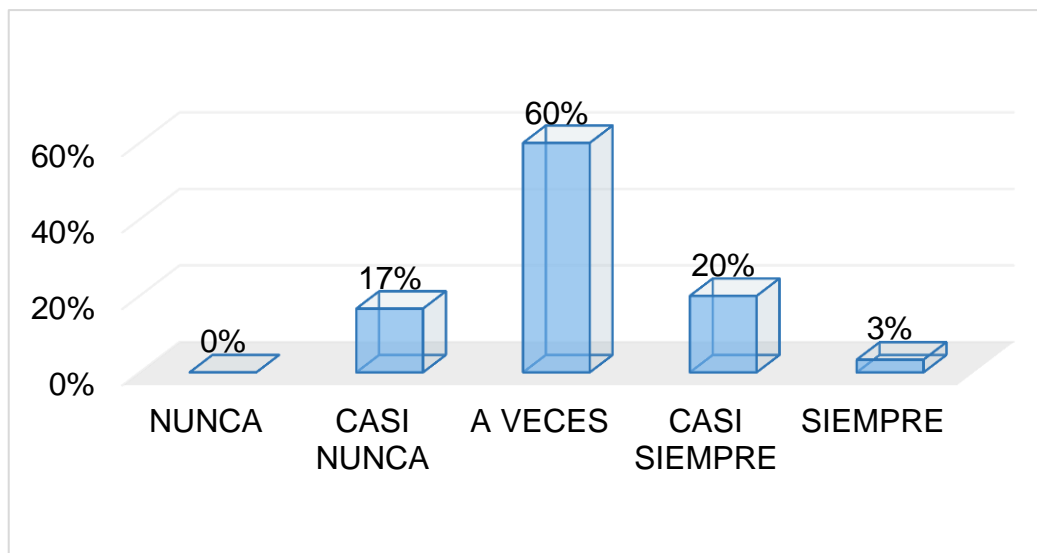


Figura 4. *Recompensas.*

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa.

Del total de personas encuestadas, el 30% manifestó que casi nunca existe recompensas al personal, el 57% que a veces, el 7% que casi siempre y solo el 7% que siempre existe recompensas al personal por parte de la empresa.

3.2. Evaluar las ventas de la empresa Detalles Zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018.

Tabla 5
Ventas.

Intervalos	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	3%
Casi nunca	11	37%
A veces	12	40%
Casi siempre	5	17%
Siempre	1	3%
	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa.

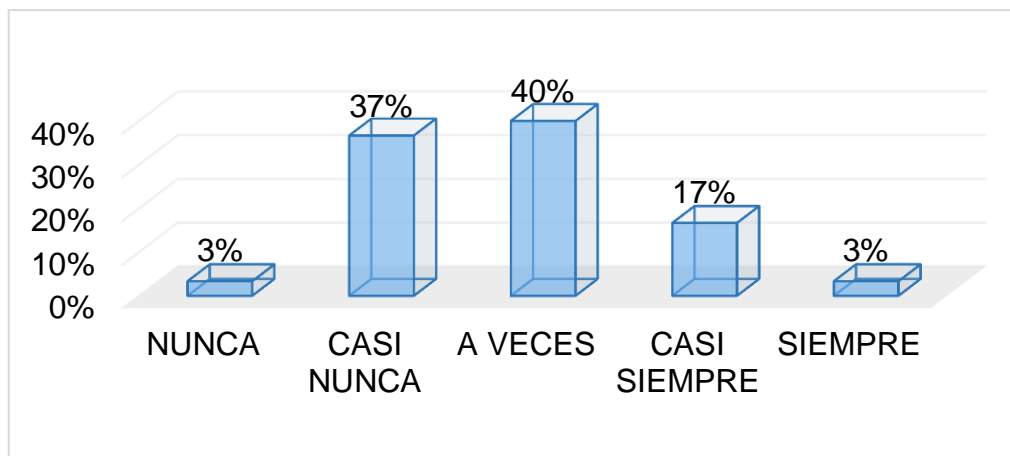


Figura 5. Ventas.

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa.

Del total de personas encuestadas, el 3% que nunca existe buenas ventas, el 37% manifestó que casi nunca existe recompensas al personal, el 40% que a veces, el 17% que casi siempre y solo el 3% que siempre existe buenas ventas por parte de la empresa.

Tabla 6

Soluciones a los clientes.

Intervalos	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	3%
Casi nunca	11	37%
A veces	11	37%
Casi siempre	5	17%
Siempre	2	7%
	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa.

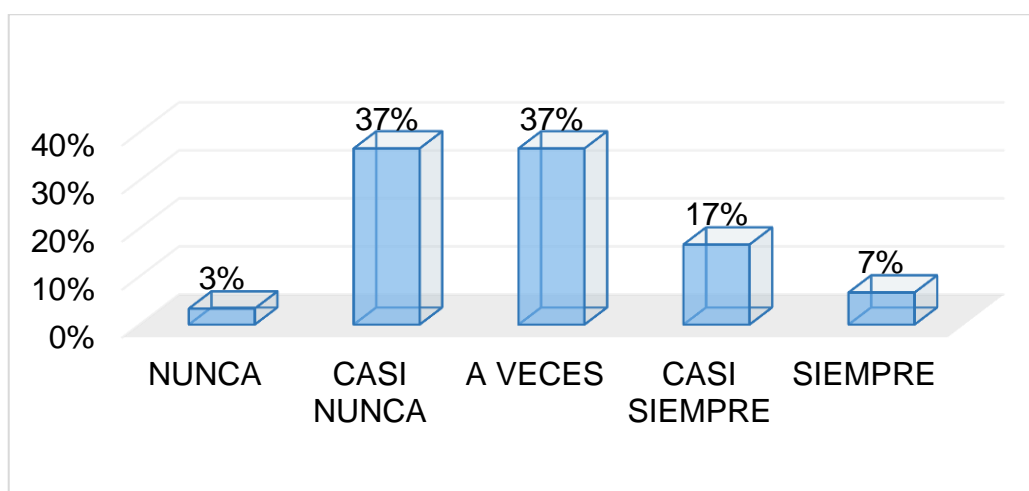


Figura 6. Soluciones a los clientes.

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa.

Del total de personas encuestadas, el 3% que nunca existe buenas soluciones a los clientes, el 37% manifestó que casi nunca existe, el 37% que a veces, el 17% que casi siempre y solo el 7% que siempre existe buenas soluciones al cliente por parte de la empresa.

Tabla 7

Manejo de objeciones.

Intervalos	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	12	40%
A veces	10	33%
Casi siempre	8	27%
Siempre	0	0%
	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa.

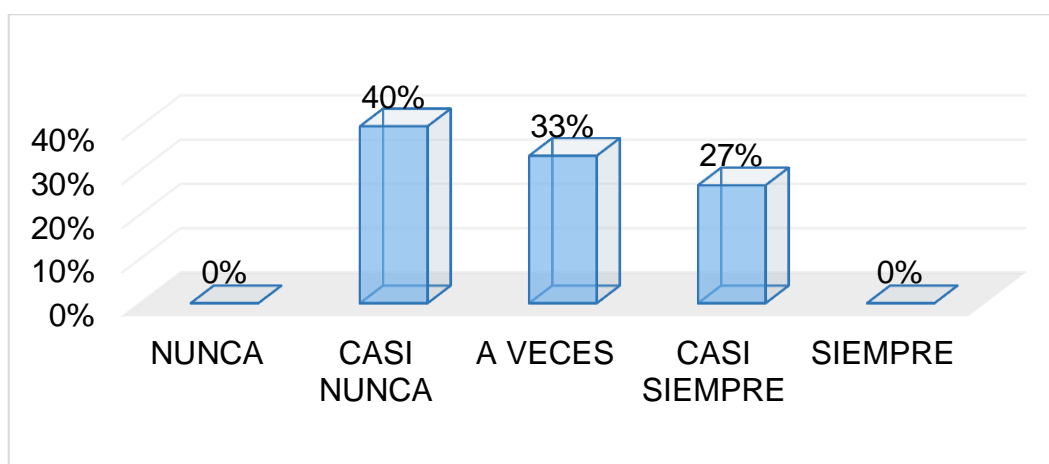


Figura 7. Manejo de objeciones.

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa.

Del total de personas encuestadas, el 40% manifestó que casi nunca existe buen manejo de objeciones, el 33% que a veces, el 27% que casi siempre.

Tabla 8

Cierre de venta.

Intervalos	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	7%
Casi nunca	14	47%
A veces	12	40%
Casi siempre	2	7%
Siempre	0	0%
	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa.

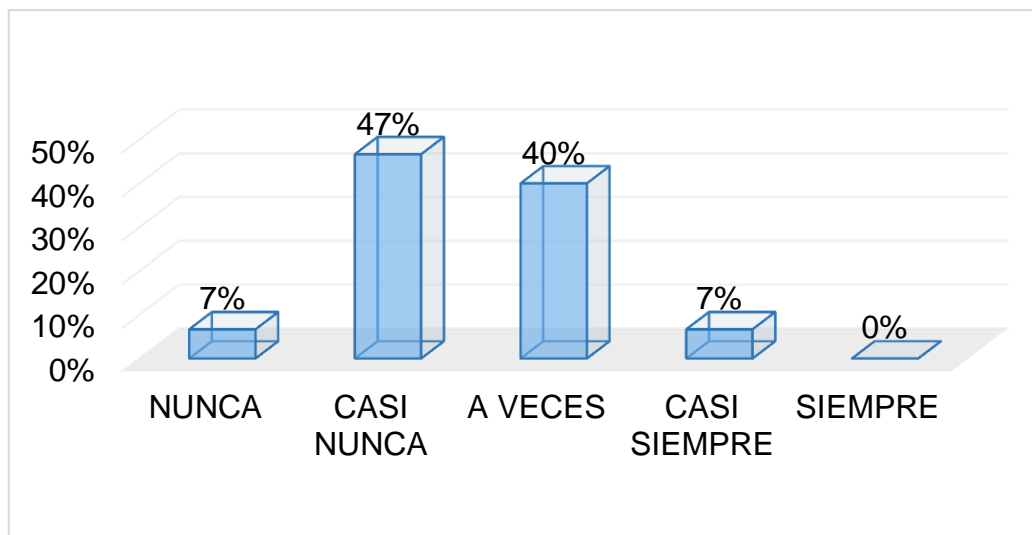


Figura 8. Cierre de venta.

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa.

Del total de personas encuestadas, el 7% manifestó que nunca existe un buen cierre de venta, el 47% manifestó que casi nunca, el 40% que a veces, el 7% que casi siempre.

3.3. Calcular el nivel de influencia del plan de reconocimiento laboral en el nivel de ventas, en la empresa Detalles Zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018.

Correlaciones

		PLAN DE RECONOCIMIENTO	VENTAS
PLAN DE RECONOCIMIENTO	Correlación de Pearson	1	,877**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
VENTAS	Correlación de Pearson	,877**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

De los valores obtenidos se tiene una correlación de 0.877, lo que indica que, si existe una influencia positiva, siendo esta influencia muy significativa debido, a que el valor de significancia es 0.000, es menor a 0.05, lo por que se acepta que el plan de reconocimiento laboral influye significativamente en el nivel de ventas.

3.4. Proponer un plan de reconocimiento laboral para aumentar el nivel de ventas, en la empresa Detalles Zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018.

Plan de reconocimiento a aplicar en Detalles Zapatería

Acción 1: Mejora del nivel salarial.

1.1. Sueldo fijo: Se mantiene constante.

1.2. Sueldos variables: Implementar sistema de comisiones.

Condiciones: - Se establece venta mínima = 20 ventas al mes.

- Cualquier venta por encima de 20 tiene un pago de S/. 2

Simulación: Venta mínima actual Vs Nueva venta adicional

Venta mínima	Venta total	Nueva venta	Nuevo ingreso
Actual x mes	x mes	Adicional x mes	comisión x mes
20	22	2	4
20	24	4	8
20	26	6	12
20	28	8	16
20	30	10	20
20	32	12	24
20	36	16	32
20	38	18	36
20	40	20	40
20	45	25	50
20	50	30	60
20	60	40	80

Interpretación:

Si un colaborador hoy vende 20 pares de zapatos y después de implementar el plan de Reconocimiento Vende por ejemplo 36, tendrá una venta adicional en el mes de 16. Si la comisión es de S/. 2 por venta adicional (a las 20 actuales) va a aumentar sus ingresos en S/. 32 soles en el mes

- 1.3. Coordinar con planillas el pago de este nuevo concepto: Comisiones por venta.
- 1.4. Coordinar con RR.HH. su “publicación” de la nueva política y su impacto en los ingresos de los trabajadores y que se entere toda la organización.

Acción 2: Premio al mejor asesor del mes.

- 2.1. Establecer criterios para selección del mejor asesor del mes.

2.1.1. Criterio de ventas.

Unidad de medida = Ventas totales x mes

Peso de las ventas en el total de la medición = 60%

Indicador de ventas = Ventas individual por mes / Venta empresa por mes

		Venta individual por mes	= 30
Asesor 1	=	Venta empresa por mes	= 480
		Indicador de venta del asesor 1	= 6.3%

		Venta individual por mes	= 45
Asesor 2	=	Venta empresa por mes	= 480
		Indicador de venta del asesor 2	= 9.4%

		Venta individual por mes	= 39
Asesor 3	=	Venta empresa por mes	= 480
		Indicador de venta del asesor 1	= 8.1%

2.1.2. Criterio de atención.

Unidad de medida = Nota del líder sobre la calidad de atención del asesor

Peso de la atención en el total de la medición = 40%

Encuesta simple que debe llenar el líder. Mínimo 10 encuestas por mes. El líder debe abordar a los clientes al salir de la tienda y compraron.

Supongamos que este es el resultado de la 10 encuestados ya tabuladas para cada vendedor.

	De 91 a 100%	De 81 a 90%	De 71 a 80%	De 61 a 70%	Menor a 60%
	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
Asesor 1		85%			
Asesor 2	92%				
Asesor 3			73%		

	Nota Ventas	Nota Atención	Peso Ventas	Peso Atención	Valor Final
Asesor 1	6.30%	85%	60%	40%	29.40%
Asesor 2	9.40%	92%	60%	40%	32.60%
Asesor 3	8.10%	73%	60%	40%	29.90%

Interpretación:

De acuerdo a la simulación el Asesor a premiar es el que obtiene la más alta nota: 32.6%

MEJOR ASESOR DEL MES = ASESOR 2

- 2.2. Coordinar con RR.HH. para organizar el desayuno, almuerzo o cena con gerente o dueño de la empresa.
- 2.3. Coordinar con RR.HH. la “publicación” de la premiación para comunicar a toda la organización.

Acción 3: Equilibrar vida laboral con vida familiar.

- 3.1. Otorgar horas libres para dedicarlas a participar en celebraciones con sus hijos y/o familia.
 - 3.1.1. Otorgar hora y media para ir a la celebración del día de la madre (en su jardín y/o escuela)
 - 3.1.2. Otorgar hora y media para ir a la celebración del día del padre (en su jardín y/o escuela)
 - 3.1.3. Otorgar medio día libre por el día de su cumpleaños.

- 3.2. Requisitos para el otorgamiento de horas libres.
 - 3.2.1. Para el día de la madre:
 - Coordinar con el supervisor con 3 días de anticipación a la fecha del evento.
 - Presentar documento de invitación o alguna forma que pruebe la fecha y hora del evento.

 - 3.2.2. Para el día del padre:
 - Coordinar con el supervisor con 3 días de anticipación a la fecha del evento.
 - Presentar documento de invitación o alguna forma que pruebe la fecha y hora del evento.

 - 3.2.3. Para el día de cumpleaños:
 - Coordinar con el supervisor con 3 días de anticipación a la fecha del evento.

- 3.3. Coordinar con RR.HH. para que la empresa cumpla; vía los líderes, el otorgamiento de horas libres.

3.4. Coordinar con RR.HH. la “publicación” de este beneficio para enterar a toda la organización.

IV. DISCUSIÓN

El plan de reconocimiento laboral influye en el nivel de ventas en la empresa, lo que significa que mejor plan de reconocimiento mayor será el incremento de ventas en la empresa, dichos resultados coincidiendo con Alves (2011) quien menciona que a mayores reconocimientos mayor será el grado de satisfacción laboral, estando más satisfechos las personas con mayor grado académico y los menos satisfechos con menor grado académico, así consideran que todos tienen un reconocimiento laboral regular y muchas veces buena, lo que hace que exista una relación entre ambas variables.

La empresa reconoce a los colaboradores cuando se cumplen las metas asignadas, agradece los esfuerzos que su personal hace por la empresa, comunicándolos de diferentes formas siendo estas las adecuadas, ante este resultado, Alva y Juárez (2014) que discrepa de en lo relacionado al desempeño, no brinda reconocimientos ni incentivos alguno a los colaboradores, así mismo no se les capacita ni se les brinda los recursos necesarios para que realicen sus funciones y pueden tener un buen desempeño, existiendo insatisfacciones acerca de las remuneraciones percibidas en relación a las funciones que realizan., coincidiendo este último con lo expuesto con Alvitez y Ramírez (2013) quien manifiesta la inexistencia de planes y programas de reconociendo en la gran mayoría de empresas del Perú, por lo estas deben de forjar programas que ayuden al colaborador a que este motivado, con compensaciones, incentivos y reconocimientos oportunos que permitan al colaborador desarrollarse profesionalmente y este satisfecho laboralmente., contradiciendo lo expuesto por Ford (2005), quien indica que el reconocimiento laboral es primordial para obtener fidelidad por parte del empleado, coincidiendo este último con Chiavenato (2007) quien afirma que reconocer el esfuerzo es valorizar a la persona de manera cualitativa en la organización, considerado así mas primordial un reconocimiento oportuno que cualquier otro tipo de

motivación, considerándolo que es mejor ser reconocido por la contribución a algo.

La empresa no brinda regalos ni incentivos a los colaboradores, así mismo no realiza actividades de confraternidad a sus colaboradores, existiendo una alta rotación de personal, no brindando las comodidades laborales que necesita el personal, ante este resultado, Ramírez (2014), manifiesta que el sistema de reconocimientos aplicados por la empresa abrió nuevas puertas al personal para que este se encuentre motivado y se involucre con los objetivos de la empresa, sin embargo la empresa debe de brindar todas las herramientas de motivación para que el personal pueda cumplir con las metas asignadas.

V. CONCLUSIONES

- 5.1. Respecto al reconocimiento laboral, se concluye que a veces se brinda dichos reconocimientos en las diversas formas, debido a que la empresa reconoce a los colaboradores cuando se cumplen las metas asignadas, agradece los esfuerzos que su personal hace por la empresa, comunicándolos de diferentes formas siendo estas las adecuadas, sin embargo en la empresa muestra existe una alta rotación de personal, no brindando las comodidades laborales que necesita el personal, la empresa no brinda regalos a los colaboradores, así mismo no realiza actividades de confraternidad a sus colaboradores.
- 5.2. Respecto a las ventas, se concluye que es regular, debido a que el personal maneja promociones con sus clientes, premiando así a los clientes más concurrentes, el personal a pesar de que atiende a varios clientes al mismo tiempo, cumple con todos, mostrando falencias en cuanto a la reducción de costos, ya que los descuentos realizados no son considerables que haga que el cliente decida optar por comprar en la empresa.
- 5.3. Respecto al cálculo de la relación, se demuestra según los resultados de estadística que hay evidencias positivas en la mejora de rendimiento laboral, concluyendo que el plan de reconocimiento laboral influye significativamente en las ventas propuestas por la empresa.
- 5.4. Respecto a la propuesta del plan de reconocimiento, se propuso actividades que permitan al colaborador estar motivado a través de reconocimientos e incentivos en sus labores diarias.

VI. RECOMENDACIONES

- 6.1. Se recomienda realizar actividades de confraternidad con todos sus colaboradores cada cierto periodo, así mismo deben ser oportunos los agradecimientos y reconocimientos al personal.
- 6.2. Respecto a las ventas, se recomienda que la empresa brinde al cliente mayores y mejores descuentos por cada compra realizada, así mismo elaborar un plan de fidelización de clientes.
- 5.3. Se recomienda fortalecer los reconocimientos laborales, con estrategias oportunas, para tener un personal satisfecho laboral y evitar las altas rotaciones de personal, lo que contribuirá a que el nivel de ventas mejore.
- 5.4. Respecto a la propuesta del plan de reconocimiento, se recomienda a que la empresa lo haga de manera constante, ya que los resultados a corto y mediano plazo serán satisfactorios para la misma.

VII. REFERENCIAS

- Alva, Z. y Juárez, M. (2014) *“Relación entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de productividad de los colaboradores de la empresa Chimú Agropecuaria S.A. del distrito de Trujillo-2014”*. Trujillo. Universidad Privada Antenor Orrego. Recuperado de: <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/716>
- Alves, Y. (2011). *“Satisfacción y reconocimiento laboral de los empleados del corporativo Adventista de Montemoleros.”* México. Universidad de Montemoleros. Recuperado de: <http://dspace.biblioteca.um.edu.mx/jspui/handle/123456789/306>
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de Recursos Humanos*. (8ª ed.) México: Editorial Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. (7ª ed.) México: Editorial Mc Graw Hill.
- Dessler, G. (2009). *Administración de Recursos Humano*. (11ª ed.) México: Pearson Educación.
- Hellriegel, D. Jackson S. y Slocum, J. (2008). *Administración, un enfoque basado en la competencia*. (11ª ed.). México: Cengage Learning
- Hernández. Fernández, C y Baptista M. (2010). *Metodología de la Investigación*. (13ªed.) México: Editorial Mc Graw Hill.
- Jobber y Lancaster (2012). *Administración de Ventas*. (8ª ed.) México: Editorial Pearson
- Juárez J. (2012). *“Relación entre satisfacción laboral y productividad de los docentes de las facultades de educación y salud de la Universidad Nacional de San Martín”*. Tarapoto. Universidad Alas Peruanas. Recuperado de: <http://www.academia.edu/20722432/80719770-TESIS-JUANJUAREZ>
- Malhotra N. (2008). *Investigación de Mercados*. (5ª ed.) México: Pearson Educación.
- Ramírez K. (2014). *“Sistema de Reconocimiento para Alcanzar los Objetivos Claves de la Empresa RVL”*. México. Universidad Tecnológica de Querétaro. Recuperado de: <http://www.uteq.edu.mx/tesis/IIDE/0790.pdf>

- Robbins, S. y Judge. T. (2009). *Comportamiento Organizacional*. (13ª ed.) México: Pearson Educación.
- Tito, H. (2012). "*Gestión por competencias y productividad Laboral en empresas del sector confección de calzado de Lima Metropolitana*". Lima. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Recuperado de: [http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/3155/1/Tito_hp\(2\).pdf](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/3155/1/Tito_hp(2).pdf)
- Torres, V (2014). Administración de ventas. Recuperado: <file:///C:/Users/Hp%20Pavlion/Desktop/adm%20de%20ventas.pdf>
- Vásquez, G (2014). La venta en el contexto gerencial latinoamericano. Recuperado: https://www.ucema.edu.ar/cimeibase/download/research/59_Vasquez.pdf
- Workforce M.T. (2011). "*La desalineación entre el reconocimiento y rendimiento de los empleados*". Estados Unidos. Globoforce Workforce Mood Tracker. Recuperado de: <http://www.globoforce.com/resources/research-reports/page/3/>

ANEXOS

ANEXO N° 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBETIVOS	Diseño de la investigación	POBLACIÓN Y MUESTRA	Variables	Dimensiones	Indicadores
PLAN DE RECONOCIMIENTO LABORAL PARA MEJORAR LAS VENTAS EN LA EMPRESA DETALLES ZAPATERIA, EN LA CIUDAD DE TARAPOTO, AÑO 2018	¿De qué manera influye el plan de reconocimiento laboral en el nivel de ventas en la empresa Detalles Zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018?	General <ul style="list-style-type: none"> Determinar la influencia del plan de reconocimiento laboral en el nivel de ventas, en la empresa Detalles Zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018. 	El tipo de investigación es no experimental; no se adulterará ninguna variable de acuerdo a la recolección de datos, la obtención es transversal. (Huamanchuco y Rodríguez (2015))	Población: La presente investigación se conformó por todos los trabajadores de las 3 tiendas de la empresa Zapatería Detalles, un total de 36 trabajadores.	Reconocimiento laboral	La alabanza o elogio	Logro alcanzado
		Específicos <ul style="list-style-type: none"> Evaluar los reconocimientos laborales del personal de ventas en la empresa Detalles Zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018. Evaluar el nivel de ventas de la empresa Detalles Zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018. Calcular el nivel de influencia del plan de reconocimiento laboral en el nivel de ventas, en la empresa Detalles Zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018. Proponer un plan de reconocimiento laboral para aumentar el nivel de ventas, en la empresa Detalles Zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018. 			Muestra: Se conformó por 30 personas que solo son el personal en proceso de ventas.	Administración de venta	El agradecimiento

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO N° 2: ENCUESTA DEL RECONOCIMIENTO LABORAL

Buenos días/tardes.

Instrucciones: Teniendo en cuenta las cualidades de la empresa, responda a las preguntas siguientes, marcando con (x) de acuerdo a su criterio, con relación a la escala que aquí se presenta:

Nunca	1
Casi nunca	2
A veces	3
Casi siempre	4
Siempre	5

Reconocimiento laboral						
N°	La alabanza o elogio	Escala				
		1	2	3	4	5
	Logro alcanzado					
1	¿La empresa lo reconoció de manera pública por la meta cumplida?					
2	¿Recibió algún incentivo por el logro alcanzado?					
	Preferencia del empleado	1	2	3	4	5
3	¿La empresa realiza contante rotación de personal?					
4	¿La empresa cuida de sus empleados brindándolos comodidades laborales?					
	El agradecimiento					
	Agradecimiento a los esfuerzos	1	2	3	4	5
5	¿La empresa en algún momento agradeció los esfuerzos que hacen Uds. Como colaboradores?					
6	¿La empresa se comunica de alguna forma con Ud. para agradecerlo por esforzarse en aumentar el nivel de ventas?.					
7	¿Las formas de comunicarse de la empresa con Ud. fue la adecuada?					
	Las recompensas					
	Regalos	1	2	3	4	5
8	¿La empresa le ha hecho presente de regalos en fechas importantes para Ud.?					
9	¿Los regalos que la empresa le brindo fueron oportunos?					
10	¿La empresa realiza actividades de confraternidad con todos los colaboradores de manera constante?					

ANEXO N° 3: ENCUESTA DE VENTAS

Buenos días/tardes.

Instrucciones: Teniendo en cuenta las cualidades de la empresa, responda a las preguntas siguientes, marcando con (x) de acuerdo a su criterio, con relación a la escala que aquí se presenta:

Nunca	1
Casi nunca	2
A veces	3
Casi siempre	4
Siempre	5

Ventas						
N°	Soluciones a los clientes	Escala				
		1	2	3	4	5
	Presentación de la venta					
1	¿La empresa tiene su cartera de clientes establecidos al cual ofrece sus productos?					
2	¿La empresa ofrece sus productos a travez de líneas de crédito a sus clientes ya conocidos?					
	Incentivar el deseo	1	2	3	4	5
3	¿La empresa le brinda capacitaciones de cómo captar más clientes?					
4	¿El personal de ventas demuestra su habilidad para convencer a los clientes?.					
	El manejo de objeciones	Escala				
	Resistencia de las ventas	1	2	3	4	5
5	¿El personal de ventas maneja promociones ante sus clientes?.					
6	¿La empresa premia a los clientes más concurrentes?					
	Cerrar la venta	Escala				
	Reducción de costo	1	2	3	4	5
7	¿La empresa realiza descuentos por cada compra de sus clientes?					
8	¿La empresa muestra al cliente los productos que están en oferta?					
	Incremento de la eficiencia	1	2	3	4	5
9	¿El personal de ventas atiende de manera individualizada al cliente?					
	Mejoramamiento de servicio	1	2	3	4	5
10	¿La empresa se preocupa por brindar al cliente un mejor servicio cada vez que recurre?					
11	¿La empresa cuenta con cómodos ambientes que le brinda al cliente la tranquilidad para realizar sus compras?					

Confiabilidad de los instrumentos

Plan de reconocimiento

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,857	10

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
ITEM 1	26,90	52,714	,509	,848
ITEM 2	27,57	52,185	,603	,840
ITEM 3	27,80	49,476	,715	,829
ITEM 4	27,73	49,306	,618	,838
ITEM 5	27,07	55,926	,554	,846
ITEM 6	27,00	54,759	,428	,854
ITEM 7	27,80	51,959	,504	,849
ITEM 8	27,53	56,120	,489	,849
ITEM 9	27,57	52,185	,603	,840
ITEM 10	27,53	50,189	,646	,835

VENTAS

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,843	11

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
ITEM 1	28,43	48,599	,764	,811
ITEM 2	29,20	50,648	,498	,833
ITEM 3	29,13	46,533	,646	,819
ITEM 4	28,47	52,878	,607	,826
ITEM 5	28,40	52,800	,401	,841
ITEM 6	29,20	46,510	,687	,814
ITEM 7	28,93	53,237	,524	,831
ITEM 8	30,17	59,385	,088	,857
ITEM 9	28,93	46,616	,727	,811
ITEM 10	29,70	59,252	,056	,863
ITEM 11	28,43	48,599	,764	,811



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADEMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

FICHA DE EVALUACIÓN

I. DATOS GENERALES:

Apellidos y Nombres del experto: *RODRIGUEZ MENDOZA SEGUNDO SUI*
 Institución donde labora: *DRASDM*
 Especialidad: *MAESTRO EN CIENCIAS SOCIALES*
 Instrumento de evaluación: *ENCUESTA*
 Autor (s) del instrumento (s):

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				Y	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					Y
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable.				Y	
ORGANIZACION	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					Y
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					Y
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable.					X
METODOLOGIA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
OPORTUNIDAD	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						47

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINION DE APLICACIÓN
..... SI ES APLICABLE

IV. PROMEDIO DE VALIDACION

Tarapoto, de de 2017


.....
D. Sr. Sebastián J. Rodríguez M.
C.I. CLAD 7097

Sello personal y firma



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADEMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

FICHA DE EVALUACIÓN

I. DATOS GENERALES:

Apellidos y Nombres del experto : *CARRILLO TORRES, JULIO CESAR.*
 Institución donde labora : *UNIVERSIDAD NACIONAL SAN MARTÍN - TERNADO*
 Especialidad : *MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA*
 Instrumento de evaluación : *ENCUESTA*
 Autor (s) del instrumento (s) :

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable.				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
OPORTUNIDAD	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						48

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINION DE APLICACIÓN

.....SI ES APLICABLE.....
.....
.....

IV. PROMEDIO DE VALIDACION

48

Tarapoto,.....de.....de 2017



Lic. Mg. Julio César Cappillo Torres
REGUC N° 07738
CLAD - PERÚ

Sello personal y firma

CONSTANCIA

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.

Por la presente se deja constancia de haber revisado los instrumentos de investigación para ser utilizados en la investigación, cuyo título es: "Plan de reconocimiento laboral para mejorar las ventas en la empresa detalles zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018" de la autora: Vanessa del Águila del Águila, estudiante del programa de estudio de administración de empresas de la Universidad Cesar Vallejo, filial Tarapoto.

Dichos instrumentos serán aplicados a una muestra representativa de participantes del proceso de investigación, que se aplicará el de de 2018.

Las observaciones realizadas han sido levantadas por el autor, quedando finalmente aprobadas. Por lo tanto, cuenta con la valides y confiabilidad correspondiente considerando las variables del trabajo de investigación.

Se extiende la presente constancia a solicitud del interesado para los fines que considere pertinentes.



LUIS ALBERTO RÍOS LOPEZ
LIC. ADMINISTRACION
ASESOR Y CONSULTOR
CLAD: 08011

Mg. LUIS ALBERTO RÍOS LÓPEZ
DNI N°: 00951811

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
II. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Ríos López, Luis Alberto.
 Institución donde labora : Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto
 Especialidad : Mg. Gestión Pública.
 Instrumento de evaluación : Encuesta.
 Autor (s) del instrumento (s) : Vanessa del Águila del Águila.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN
MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: VENTAS en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: VENTAS .					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: VENTAS .					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

SI ES APLICABLE

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 50

Tarapoto, 06 de Julio de 2018



LUIS ALBERTO RÍOS LÓPEZ
 LIC. ADMINISTRACIÓN
 ASESOR Y CONSULTOR
 CLAD: 08011

Sello personal y firma

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Ríos López, Luis Alberto.
 Institución donde labora : Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto
 Especialidad : Mg. Gestión Pública.
 Instrumento de evaluación : Encuesta.
 Autor (s) del instrumento (s) : Vanessa del Águila del Águila.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN
MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					✓
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: RECONOCIMIENTO LABORAL en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					✓
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: RECONOCIMIENTO LABORAL .					✓
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					✓
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					✓
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					✓
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					✓
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: RECONOCIMIENTO LABORAL .					✓
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					✓
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					✓
PUNTAJE TOTAL						

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

SI ES APLICABLE

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 50

Tarapoto, 06 de Julio de 2018


LUIS ALBERTO RÍOS LÓPEZ
 LIC. ADMINISTRACIÓN
 ASESOR Y CONSULTOR
 CLAD: 08011

Sello personal y firma

RESOLUCIÓN N° 138 - 2018-I - FCE - EP - ADM - UCV-T

Tarapoto, 22 de Junio del 2018

VISTA: El documento presentado por el Coordinador de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo - Filial Tarapoto, en donde manifiesta que la Bachiller **DEL AGUILA DEL AGUILA, VANESSA** quien cumple con los requisitos necesarios para sustentar su tesis: "**PLAN DE RECONOCIMIENTO LABORAL PARA MEJORAR LAS VENTAS EN LA EMPRESA DETALLES ZAPATERÍA, EN LA CIUDAD DE TARAPOTO, AÑO 2018**" para optar el título de Licenciado en Administración.

CONSIDERANDO:

Que, según la reglamentación establecida para el otorgamiento del título de Licenciado en Administración, al bachiller luego de haber presentado su proyecto de tesis y de ser revisado por el asesor correspondiente y habiendo cumplido con todas las disposiciones requeridas para el presente caso.

Que el documento presentado por el Coordinador de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo - Filial Tarapoto precisa que la Bachiller **DEL AGUILA DEL AGUILA, VANESSA**, ha cumplido con todos los requisitos necesarios para sustentar su tesis.

SE RESUELVE:

1° NOMBRAR el Jurado Evaluador de la Sustentación de Tesis titulada "**PLAN DE RECONOCIMIENTO LABORAL PARA MEJORAR LAS VENTAS EN LA EMPRESA DETALLES ZAPATERÍA, EN LA CIUDAD DE TARAPOTO, AÑO 2018**" Presentado por la Bachiller **DEL AGUILA DEL AGUILA, VANESSA**, el mismo que estará conformado por los docentes:

- **Mg. JULIO ESCALANTE TORRES** (Presidente)
- **Mg. ROGER BURGOS BARDALES** (Secretario)
- **Lic. MIGUEL SALAZAR HIDALGO** (Vocal)

2° SEÑALAR como fecha de sustentación el día **Lunes 16 de Julio de 2018, a horas 18.50 pm** en la Universidad César Vallejo.

3° EMITIR el Jurado Evaluador su informe al Coordinador de la Escuela Profesional con los resultados respectivos.

4° COMUNICAR al Coordinador, luego de la presentación del informe, a la Gerencia de Gestión del Talento Humano; a fin de que efectúen el pago correspondiente a los miembros del Jurado Evaluador.

Regístrese, comuníquese y archívese



Mg. Julio Alberto Escalante Torres
Coordinador de la Escuela Profesional de Administración
UCV - Tarapoto



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

RESOLUCIÓN N° 147 – 2018 – I – FCE – PE – C – UCV – T

Tarapoto, 02 de Julio del 2018

VISTO:

El Dictamen de Aprobación del Proyecto de Tesis en vías de regularización en el semestre 2018-I denominado: **“PLAN DE RECONOCIMIENTO LABORAL PARA MEJORAR LAS VENTAS EN LA EMPRESA DETALLES ZAPATERIA, EN LA CIUDAD DE TARAPOTO 2016”**; presentado por la estudiante **DEL AGUILA DEL AGUILA VANESSA**, de fecha 11 de Julio del año 2012. emitido por los miembros del Jurado Evaluador.

CONSIDERANDO:

Que, según los Lineamientos para el Desarrollo de Investigación Científica en el Proceso Formativo y Educativo de los Estudiantes de la Universidad César Vallejo aprobado por la Resolución Rectoral N° 446-2007/UCV.

Que, según el Reglamento General de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo S.A.C. (Resolución Rectoral N° 0034-2008/UCV) Capítulo IV Art. 27 establece los requisitos para la designación del jurado asesor.

Que, según el Reglamento General de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo S.A.C. Capítulo IV Art.29 establece el nombramiento del Jurado Evaluador conformado por 03 (tres) miembros, presidido por el de más alta categoría o en su defecto por el de mayor antigüedad en la docencia universitaria.

Que, en vías de regularización el Coordinador de la Escuela Profesional de Administración UCV Filial Tarapoto, solicita aprobación del proyecto de tesis, inscripción del proyecto de tesis, nombramiento de asesor y designación de jurado evaluador de la tesis de la estudiante **DEL AGUILA DEL AGUILA VANESSA**. Estando a lo expuesto y a lo reglamentado, en mérito a la potestad conferida a dirección de escuela de la Universidad;

SE RESUELVE:

1° APROBAR el Proyecto de Tesis titulado tesis **“PLAN DE RECONOCIMIENTO LABORAL PARA MEJORAR LAS VENTAS EN LA EMPRESA DETALLES ZAPATERIA, EN LA CIUDAD DE TARAPOTO 2016”** por la Escuela Profesional de Administración.

CAMPUS TARAPOTO

fb/ucv.peru

Carretera Marginal Norte
@ucv_peru
Fernando Belaúnde Terry Km. 8.5.
#saliradelante
Telf.: (042) 524 280 Anex.: 3100
ucv.edu.pe



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

2° DISPONER la inscripción del Proyecto de Tesis titulado **"PLAN DE RECONOCIMIENTO LABORAL PARA MEJORAR LAS VENTAS EN LA EMPRESA DETALLES ZAPATERIA, EN LA CIUDAD DE TARAPOTO 2016"** por la Escuela Profesional de Administración.

3° NOMBRAR como asesor para el desarrollo del proyecto de tesis al MG. Roger Burgos Bardales.

4° DESIGNAR el Jurado Evaluador para la revisión del Proyecto de Tesis **"PLAN DE RECONOCIMIENTO LABORAL PARA MEJORAR LAS VENTAS EN LA EMPRESA DETALLES ZAPATERIA, EN LA CIUDAD DE TARAPOTO 2016"** presentado por la estudiante **DEL AGUILA DEL AGUILA VANESSA** de la Escuela Profesional de Administración, el mismo que estará conformada por los docentes:

- **Lic. Miguel Angel Salazar Hidalgo**
(Presidente)
- **Lic. Seidy Vela Reategui**
(Secretario)
- **Lic. Tomas Carrasco Manriquez** (Vocal)

5° PRECISAR que el Proyecto de Tesis aprobado con la presente Resolución debe ser desarrollado durante el X Ciclo de estudios para proceder con su proceso de Titulación.

Regístrese, comuníquese y archívese.



MBA. Julio Escalante Torres
Coordinador de la Escuela Profesional de Administración
UCV- Tarapoto

CAMPUS TARAPOTO

fb/ucv_peru

Carretera Marginal Norte
@ucv_peru
Fernando Belaúnde Terry Km. 8.5.
#saliradelante
Telf.: (042) 524 280 Anex.: 3100
ucv.edu.pe

Detalles

Zapateria E.I.R.L. "Año del Dialogo y la Reconciliación Nacional"

Lo mejor en calzado...

CONSTANCIA

El Gerente General de Detalles Zapatería del distrito de Tarapoto, Provincia San Martín y Región de San Martín, con domicilio Fiscal jr. Lima 303.

HACE CONSTAR:

Que la estudiante Vanessa Del Aguila Del Aguila, de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Carrera de Administración de la Universidad Cesar Vallejos sede Tarapoto, Realizo la investigación de Nuestra Empresa en su Tesis titulada "Plan de reconocimiento laboral para mejorar las ventas en la empresa Detalles Zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018" en la ciudad de Tarapoto en el año 2016.

Se expide la presente constancia, a solicitud de los interesados para los fines que crean convenientes.

Tarapoto 12 de junio 2016

SHOES & ACCESSORIES

Detalles Zapateria E.I.R.L.

.....
José Luis Augusto Roa
GERENTE

Gerente General Zapaterías Detalles




**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD
DE TESIS**

Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 10
Fecha : 10-06-2019
Página : 1 de 1

Yo, **ROBIN ALEXANDER DIAZ SAAVEDRA** docente de la Facultad de **ADMINISTRACION** y Escuela Profesional **ADMINISTRACION DE EMPRESAS** de la Universidad César Vallejo, filial Tarapoto, revisor (a) de la tesis titulada **“Plan de reconocimiento laboral para mejorar las ventas en la empresa Detalles Zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018 “de (de la) estudiante VANESSA DEL AGUILA DEL AGUILA** constato que la investigación tiene un índice de similitud de **14 %** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Tarapoto 20 de Agosto 2019



Lic Robin A. Diaz Saavedra
MARKETING N. INTERNACIONALES
Mg. INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA UNIVERSITARIA

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

Feedback Studio - Google Chrome
ev.turmitin.com/app/carta/es/?u=1086034597&lang=es&os=1&co=1164556859

feedback studio Zapateria Detalles /0 98 de 98

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

"Plan de reconocimiento laboral para mejorar las ventas en la empresa
Detalles Zapateria, en la ciudad de Tarapoto, año 2018"

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:
Vanessa del Águila del Águila

ASESOR:
Mz. Roser Burzos Bardales

Resumen de coincidencias

14 %

Se están viendo fuentes estándar
Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

14	1	Entregado a Universida...	7 %	>
		Trabajo del estudiante		
F	2	repositorio.ucv.edu.pe	5 %	>
		Fuente de Internet		
	3	renati.sunedu.gob.pe	1 %	>
		Fuente de Internet		
	4	dispace.untr.u.edu.pe	1 %	>
		Fuente de Internet		
	5	Entregado a Universida...	<1 %	>
		Trabajo del estudiante		
	6	www.thebfr.com	<1 %	>
		Fuente de Internet		

Página: 1 de 32 Número de palabras: 5567 Text-only Report High Resolution Activado 05:19 p.m. 26/08/2019



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE
TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL
UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 10
Fecha : 10-06-2019
Página : 1 de 1

Yo **VANESSA DEL AGUILA DEL AGUILA** identificado con DNI N° **44752498** egresado de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACION DE EMPRESAS** de la Universidad César Vallejo, autorizo (**X**) , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado **“PLAN DE RECONOCIMIENTO LABORAL PARA MEJORAR LAS VENTAS EN LA EMPRESA DETALLES ZAPATERÍA, EN LA CIUDAD DE TARAPOTO, AÑO 2018** en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

FIRMA

DNI: **44752498**

FECHA: 20 DE AGOSTO 2019

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE:

Mg. Julio Escalante Torres

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Vanessa Del Aguila Del Aguila

INFORME TÍTULADO:

**“Plan de reconocimiento laboral para mejorar las ventas en la empresa
Detalles Zapatería, en la ciudad de Tarapoto, año 2018”**

PARA OBTENER EL GRADO DE:

Licenciada en Administración

SUSTENTADO EN FECHA: 16 de Julio 2018

NOTA O MENCIÓN: 16

