



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE DOCTORADO EN
ADMINISTRACIÓN**

**Ergonomía sensorial y la rentabilidad en los Retail, distrito
Los Olivos, 2021**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Doctora en Administración**

AUTORA:

Ayala Montalvo, Ultiana (orcid.org/0000-0002-6971-8681)

ASESOR:

Dr. Alva Palacios Gomez, Luis Enrique (orcid.org/0000-0003-3224-5363)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos de Herramientas Gerenciales

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

A mis padres Pedro y Andrea por apoyarme incondicional y por darme la fuerza suficiente para lograr este gran sueño, a mi hija Andrea Fernanda por ser la fuente de mi inspiración y motivación y estar siempre para mí.

Agradecimiento

A Dios por brindarme la energía suficiente, a mi asesor Luis Enrique Alva Palacios por su apoyo, profesionalismo y paciencia brindada para poder concluir mi tesis.

Índice de contenidos

Carátula.....	
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Resumen	vi
Abstract	vii
Resumo	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	8
III. METODOLOGÍA.....	18
3.1 Tipo y diseño de investigación	18
3.2 Variables y operacionalización	18
3.3 Población, muestra y muestreo.....	19
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	20
3.5 Procedimientos.....	20
3.6 Método de análisis de datos	21
3.7 Aspectos éticos	21
IV. RESULTADOS.....	22
V. DISCUSIÓN.....	32
VI. CONCLUSIONES	34
VII. RECOMENDACIONES	35
VIII. PROPUESTA.....	36
REFERENCIAS.....	38
ANEXOS.....	41

Índice de Tablas

Tabla 1 Dimensión: Bienestar físico del comprador.	22
Tabla 2 Dimensión: Bienestar físico del comprador.	22
Tabla 3 Dimensión: Bienestar físico del comprador.	23
Tabla 4 Dimensión: Bienestar emocional del comprador.	23
Tabla 5 Dimensión: Bienestar emocional del comprador.	23
Tabla 6 Dimensión: Bienestar emocional del comprador.	24
Tabla 7 Dimensión: Bienestar emocional del comprador.	24
Tabla 8 Dimensión: Comportamiento del comprador en el punto de venta.	25
Tabla 9 Dimensión: Comportamiento del comprador en el punto de venta.	25
Tabla 10 Dimensión: Comportamiento del comprador en el punto de venta.	26
Tabla 11 Dimensión: Utilidad económica.	26
Tabla 12 Dimensión: Utilidad económica.	27
Tabla 13 Dimensión: Control de costos.....	27
Tabla 14 Dimensión: Control de costos.....	27
Tabla 15 Dimensión: Indicador de ventas.	28
Tabla 16 Dimensión: Indicador de ventas.	28
Tabla 17 Hipótesis general.....	29
Tabla 18 Hipótesis específica 1.....	29
Tabla 19 Hipótesis específica 2.....	30
Tabla 20 Hipótesis específica 3.....	30

Resumen

La presente tesis de posgrado tuvo como objetivo determinar la relación entre la ergonomía sensorial y la rentabilidad en los retail, distrito los Olivos, 2021; la metodología planteada fue de tipo básica, nivel descriptivo correlacional, diseño no experimental de corte transversal y enfoque cuantitativo. La población fue constituida por 70 empresas retail del distrito los olivos, la muestra seleccionada estuvo conformada por 70 gerentes, entre mujeres y hombres, cuyas edades fluctúan desde los 24 años hasta los 65 años. Se realizó la prueba de las hipótesis a través de un análisis estadístico inferencial de los datos obtenidos a través del cuestionario; para el análisis se establecieron como dimensiones de la variable ergonomía sensorial a bienestar físico del comprador, bienestar emocional del comprador y comportamiento del comprador en el punto de venta; siendo las dimensiones de la variable rentabilidad: utilidad económica, control de costos e indicador de ventas. El resultado obtenido muestra el hallazgo de una correlación entre las variables de estudio. Se llegó a la conclusión que la ergonomía sensorial se relaciona con la rentabilidad, en un nivel de correlación significativa ($R = 0.856$ y $p = 0.002$), es decir que existe una alta relación entre ambas variables.

Palabras clave: Bienestar físico, bienestar emocional, comportamiento del comprador.

Abstract

This postgraduate thesis aimed to determine the relationship between sensory ergonomics and profitability in retail, los Olivos district, 2021; the proposed methodology was basic, correlational descriptive level, non-experimental cross-sectional design and quantitative approach. The population was made up of 70 retail companies from the los Olivos district, the selected sample was made up of 70 managers, between women and men, whose ages range from 24 years to 65 years. The hypothesis test was carried out through an inferential statistical analysis of the data obtained through the questionnaire; For the analysis, the dimensions of the sensory ergonomics variable were established as physical well-being of the buyer, emotional well-being of the buyer and behavior of the buyer at the point of sale; being the dimensions of the profitability variable: economic utility, cost control and sales indicator. The result obtained shows the finding of a correlation between the study variables. It was concluded that sensory ergonomics is related to profitability, at a significant correlation level ($R = 0.856$ and $p = 0.002$), that is, there is a high relationship between both variables.

Keywords: Physical well-being, emotional well-being, buyer behavior.

Resumo

Esta tese de pós-graduação teve como objetivo determinar a relação entre ergonomia sensorial e lucratividade no varejo, distrito de los Olivos, 2021; a metodologia proposta foi básica, nível descritivo correlacional, delineamento transversal não experimental e abordagem quantitativa. A população foi composta por 70 empresas de varejo do distrito de los Olivos, a amostra selecionada foi composta por 70 gerentes, entre mulheres e homens, cujas idades variam de 24 anos a 65 anos. O teste de hipóteses foi realizado por meio de análise estatística inferencial dos dados obtidos por meio do questionário; Para a análise, foram estabelecidas as dimensões da variável ergonomia sensorial como bem-estar físico do comprador, bem-estar emocional do comprador e comportamento do comprador no ponto de venda; sendo as dimensões da variável rentabilidade: utilidade econômica, controle de custos e indicador de vendas. O resultado obtido mostra a constatação de correlação entre as variáveis do estudo. Concluiu-se que a ergonomia sensorial está relacionada à lucratividade, em um nível de correlação significativa ($R = 0,856$ e $p = 0,002$), ou seja, há uma alta relação entre as duas variáveis.

Palavras chave: Bem-estar físico, bem-estar emocional, comportamento do comprador.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, ALVA PALACIOS GOMEZ LUIS ENRIQUE, docente de la ESCUELA DE POSGRADO DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Ergonomía sensorial y la rentabilidad en los retail, distrito los olivos, 2021", cuyo autor es AYALA MONTALVO ULTIANA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 22.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo 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.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 07 de Agosto del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ALVA PALACIOS GOMEZ LUIS ENRIQUE DNI: 27148724 ORCID: 0000-0003-3224-5363	Firmado electrónicamente por: ALVAPL el 13-08- 2022 14:58:22

Código documento Trilce: TRI - 0399059