



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA

La gestión comercial y el desempeño laboral en el marco del Covid-19
en la empresa SEDALIB S.A., Trujillo, 2020.

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Gestión Pública

AUTORA:

Aguirre Vega, Jubitza Rosslady (ORCID: 0000-0002-7495-0434)

ASESOR:

Terrones Marreros, Mario Andres (ORCID: 0000-0001-7841-9977)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de políticas públicas

TRUJILLO – PERÚ

2021

Dedicatoria

A mi Mamá Alejandrina María Cano Castillo

Mujer Sabia y digna hija de Dios,
quien me enseñó a amarlo, gracias
porque fuiste tan amorosa conmigo y
me llevaste siempre en tus oraciones.

A mi Mamá Edith Vega Cano

Gracias por tu infinita paciencia y
amor, este nuevo logro es tuyo,
siempre estas a mi lado dándome
fuerzas para seguir adelante a pesar
de las adversidades.

Agradecimiento

**Al Dr. Mario Andrés Terrones
Marreros**

Por su orientación y dedicación a lo largo de la realización de la presente Tesis.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	17
3.1 Tipo y diseño de investigación	17
3.2 Variables y operacionalización.....	18
3.3 Población, muestra y muestreo	19
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	19
3.5 Procedimientos	21
3.6 Método de análisis de datos.....	21
3.7 Aspectos éticos	21
IV. RESULTADOS	23
V. DISCUSIÓN	33
VI. CONCLUSIONES	36
VII. RECOMENDACIONES	38
REFERENCIAS	39
ANEXOS	43

Índice de tablas

Tabla 1. Niveles de la gestión comercial	23
Tabla 2. Nivel de las estrategias comerciales	23
Tabla 3. Nivel en la atención al usuario.....	24
Tabla 4. Nivel en la gestión de reclamos.....	24
Tabla 5. Niveles de desempeño laboral	25
Tabla 6. Nivel de motivación	25
Tabla 7. Nivel de iniciativa laboral	26
Tabla 8. Nivel de trabajo en equipo.....	26
Tabla 9. Nivel de trabajo por resultados.....	27
Tabla 10. Pruebas de normalidad	28
Tabla 11. Correlación de Spearman entre gestión comercial y desempeño laboral	29
Tabla 12. Correlación de Spearman entre estrategias comerciales y desempeño laboral	30
Tabla 13. Correlación de Spearman entre la atención al usuario y el desempeño laboral	31
Tabla 14. Correlación de Spearman entre la gestión de reclamos y el desempeño laboral	32

RESUMEN

En el presente estudio se planteó como objetivo determinar la relación entre la gestión comercial y el desempeño laboral en el marco del COVID-19 en la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020. Es una investigación de tipo básica, enfoque cuantitativo, diseño no experimental, con corte transversal y nivel descriptivo-correlacional, donde se estudió a una población de 80 trabajadores de la empresa SEDALIB, S.A. con una muestra representada por la misma población, considerándose una muestra censal no probabilística. Para la recolección de datos se diseñaron dos cuestionarios, uno para la medición de la gestión comercial de la empresa y otro para medir el desempeño de los trabajadores, validado por expertos y confiables. Los datos fueron analizados mediante el software estadístico SPSS v. 25 y entre los resultados se encontró que, en la empresa, tienen un alto nivel de gestión comercial que involucra a adecuadas estrategias comerciales, buena atención al usuario y buena gestión de reclamos; a su vez, los colaboradores tienen un alto desempeño laboral, alta motivación, iniciativa, trabajo en equipo y trabajo por resultados. Los análisis estadísticos arrojaron un valor $p=0,000$ que permitió aceptar la hipótesis general del estudio, concluyendo que las estrategias comerciales se relacionan con el desempeño laboral de los colaboradores con un valor $r=0,575$ que refleja una relación moderada, de igual forma, las estrategias comerciales, la atención al usuario y la gestión de reclamos se relacionan con el desempeño laboral.

Palabras clave: Gestión comercial, desempeño laboral, SEDALIB, S.A.

ABSTRACT

In this study, the objective was to determine the relationship between commercial management and job performance in the context of COVID-19 in the company SEDALIB S.A. Trujillo, 2020. It is a basic research, quantitative approach, non-experimental design, with cross-section and descriptive-correlational level, where a population of 80 workers of the company SEDALIB, S.A. was studied with a sample represented by the same population, being considered a non-probabilistic census sample. For data collection, two questionnaires were designed, one for the measurement of the commercial management of the company and another to measure the performance of the workers, validated by experts and reliable. The data were analyzed using the statistical software SPSS v. 25 and among the results it was found that, in the company, they have a high level of commercial management that involves adequate commercial strategies, good attention to the user and good management of claims; in turn, employees have a high work performance, high motivation, initiative, teamwork and work for results. The statistical analyses showed a value $p=0.000$ that allowed to accept the general hypothesis of the study, concluding that the commercial strategies are related to the work performance of the employees with a value $r=0.575$ that reflects a moderate relationship, in the same way, the commercial strategies, the attention to the user and the management of claims are related to the work performance.

Keywords: Commercial management, work performance, SEDALIB, S.A.

I. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial, las formas de comercializar los productos y servicios se han venido modificando con el pasar del tiempo. Actualmente, grandes empresas buscan los mecanismos adecuados para ofrecer sus productos diferenciándose de la competencia y llegando al cliente de manera más directa para adaptarse a las condiciones del entorno. En el marco de la pandemia generada por el Covid-19, las empresas han tenido que realizar modificaciones en su gestión comercial para lograr su supervivencia en el mercado; tal como lo afirma un estudio realizado por la firma KPMG con empresarios de Centroamérica, República Dominicana y México, el 100% de los encuestados se ve en la necesidad de reestructurar su gestión comercial y redefinir los propósitos organizacionales (Bolaños y Fernández, 2020).

En dichos cambios a nivel comercial, mundialmente se ve una tendencia a cubrir las necesidades de los clientes externos y haciendo énfasis solo en ellos, olvidándose del cliente interno de las organizaciones y las afectaciones en sus labores. La gestión comercial no solo involucra el área de ventas, también se gestiona la incorporación de la tecnología, los procesos de inventarios y otros factores que pueden afectar a que los colaboradores no puedan desempeñarse correctamente, no cubrir sus metas comerciales ni tener disponibilidad de los recursos demandados, cargándose de reclamos de los clientes por prestar un servicio de baja calidad.

Esta situación no es ajena al Perú, donde se suma, además, ser uno de los países de la región con más casos de Covid-19 por cada millón de habitantes, ubicándose en el segundo lugar solo precedido por Brasil (Berrocal, Núñez, et al., 2020), lo que ha dificultado aún más que las empresas puedan reiniciar sus actividades con normalidad, ejecutar sus estrategias comerciales y que los empleados realicen sus actividades con el correcto desempeño.

Las empresas peruanas poco centran su atención en brindar las condiciones necesarias para que los trabajadores tengan un buen desempeño, ya que solo el 24% de la población está feliz con su trabajo (La Republica, 2020); además, en el Ranking Mundial del Talento realizado por la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUPC) de la mano de la Escuela de Negocios IMD de Suiza, el país se encuentra entre los países del continente más rezagados, junto a Brasil y

Venezuela; este ranking evalúa el desempeño laboral basándose en la inversión y desarrollo, la atracción y la preparación del personal por parte de las empresas (PUPC, 2018). Lo anterior demuestra una deficiencia en la atención al personal que existe a nivel nacional.

La empresa SEDALIB, S.A. (Empresa de Servicios de Agua Potable y Alcantarillado Sanitario de La Libertad Sociedad Anónima) es una de las 50 empresas públicas del Sector Saneamiento en el Perú, reconocida por la Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento (SUNASS), para administrar los servicios en 13 localidades de la región La Libertad. Esta empresa, ha tenido que reestructurar su gestión comercial a raíz de la pandemia, trayendo algunas consecuencias negativas, como es la cantidad de denuncias de diferentes sindicatos que han presentado quejas formales a la directiva de la empresa por hostigamiento laboral debiéndose a mayor carga laboral y disminución en remuneraciones (Diario Correo, 2021), lo que sin duda afecta a que se desempeñen de manera correcta y muestra que en la gestión comercial existen fallas.

En la empresa, las reestructuraciones en su gestión comercial involucran a las actividades de tomas de lecturas por tener que hacerlo de manera remota, al igual que los cálculos de la facturación, sin poder hacer distribución de recibos y suspendiendo las recaudaciones, financiamientos, las acciones persuasivas y las cobranzas prejudiciales, impactando de manera significativa en las gestiones de fraudes, reclamos, catastros comerciales, de mediciones y de cobranzas y afectando a los trabajadores que las ejecutan (SEDALIB, 2020).

De no solventarse esta situación, los empleados seguirán presentando denuncias a la gerencia general de la empresa, repercutiendo en su reputación, y/o aumentarán las tasas de rotación del personal que lleva a que la empresa sea menos productiva y a los trabajadores menor estabilidad. Además, los empleados que se mantengan en sus puestos, medianamente podrán desempeñarse de manera idónea para el logro de los objetivos organizacionales, llevándoles a realizar el trabajo solo por cumplir, de manera automática y monótona, lo que les afecta en su entorno social y familiar.

Por lo anteriormente expuesto, en la presente investigación se plantea como interrogante ¿Existe relación entre la gestión comercial y el desempeño laboral en el marco del Covid-19 en la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020?, de la cual se

desprenden las siguientes preguntas específicas: en primer lugar ¿Existe relación entre las estrategias comerciales y el desempeño laboral en el marco del Covid-19 en la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020?, seguido por ¿Existe relación entre la atención al usuario y el desempeño laboral en el marco del Covid-19 en la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020? Y, por último, ¿Existe relación entre la gestión de reclamos y el desempeño laboral en el marco del Covid-19 en la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020?

Esta investigación brindará un aporte teórico por el incremento de conocimientos en relación a la gestión comercial y el desempeño laboral, que ayudará a la reafirmación de teorías existente o a la creación de nuevas teorías, debido a que la variable gestión comercial ha sido poco estudiada, y ha tenido muy poco abordaje relacionándola con el desempeño laboral en el contexto nacional.

Los resultados que se obtengan en la investigación, servirán para que la empresa SEDALIB, S.A. tenga información basada en evidencia sobre la gestión comercial que están llevando a cabo y sobre el desempeño laboral de sus trabajadores, además del nivel de influencia entre las variables, permitiéndoles una toma de decisiones acertadas para que los trabajadores tengan buen nivel de desempeño laboral, aportando para su productividad y rentabilidad.

Siendo el que ofrece SEDALIB, S.A. un servicio de suma importancia para la localidad de La Libertad, una buena gestión comercial lleva a que los usuarios externos tengan mayor satisfacción con el mismo, debido a que les permite llevar a la población un servicio de calidad, enfocado en las estrategias comerciales, la atención al usuario y a sus reclamos, por lo que los resultados de la investigación que se presenta permitirá a la empresa evaluar los niveles presentes y hacer las mejoras pertinentes y crear políticas para mantenerse en buenos niveles, adicionalmente, brindara información que aportara a que la empresa brinde mejoras a sus empleados en las condiciones laborales para que puedan tener un buen desempeño.

Finalmente, la investigación aportara metodológicamente debido a que sienta las bases para que en futuras investigaciones se amplíe el estudio dentro de la empresa con respecto a las variables gestión comercial y desempeño laboral, además de brindar herramientas de medición que podrán ser utilizadas para estudios similares en otras empresas y contextos.

Por estos motivos, en la investigación se plantea como objetivo general determinar la relación entre la gestión comercial y el desempeño laboral en el marco del COVID-19 en la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020. Para la consecución del mismo, fue necesario el planteamiento de 3 objetivos específicos; principalmente, determinar la relación entre las estrategias comerciales y el desempeño laboral en el marco del covid-19 en la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020; en segundo lugar, determinar la relación entre la atención al usuario y el desempeño laboral en el marco del covid-19 en la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020; por último, determinar la relación entre la gestión de reclamos y el desempeño laboral en el marco del covid-19 en la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020.

De igual forma, se presenta como hipótesis general de la investigación que la gestión comercial se relaciona significativamente y de manera positiva con el desempeño laboral en el marco del COVID-19 en la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020. Como hipótesis específicas se plantea principalmente que las estrategias comerciales se relacionan significativamente y de manera positiva con el desempeño laboral en el marco del COVID-19 en la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020; como segunda hipótesis específica se plantea que la atención al usuario se relaciona significativamente y de manera positiva con el desempeño laboral en el marco del COVID-19 en la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020; finalmente se plantea que la gestión de reclamos se relaciona significativamente y de manera positiva con el desempeño laboral en el marco del COVID-19 en la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020.

II. MARCO TEÓRICO

Como parte del desarrollo de esta investigación, fueron analizados trabajos previos con la finalidad de contextualizar la problemática y realizar el basamento teórico de las variables de estudio, mismos que son de procedencia internacional y nacional.

Principalmente, en el contexto internacional, se tiene el estudio realizado por León y Corozo (2017), quienes se plantearon como objetivo proponer un plan de mejora para la gestión comercial que involucre a los procesos de compra, venta, planificación, administración y control de los inventarios de manera adecuada para maximizar los rendimientos operativos. Se trató de una investigación exploratoria y de campo, recogiendo información de una muestra de 20 profesionales de Guayaquil especializados en el área de gestión comercial que manejan empresas similares a la estudiada, utilizando una encuesta como técnica y un cuestionario como instrumento. Los resultados muestran que un buen manejo de inventarios es esencial para la gestión comercial para el 90% de los profesionales, para el 94% aporta mejoras significativas, y que cuando no lo utilizan, en la empresa se presentan fraudes (22%) y problemas con el abastecimiento (28%). En el estudio se concluye con una propuesta que automatiza todos los procesos que se realizan manualmente, tanto financieros, como contables y de inventarios, aportando en una atención oportuna al cliente y de calidad.

Por otro lado, Rodríguez (2019) se propuso como objetivo el diseño de un sistema basado en la calidad del servicio para mejorar los niveles de desempeño laboral en una empresa hotelera en Riobamba, Ecuador, diagnosticando primeramente la relación entre la calidad del servicio y el desempeño laboral. Fue una investigación exploratoria, correlacional y documental, de corte transversal, en la que se utilizaron los métodos científico y deductivo, enfocada de forma cuantitativa, en la que la muestra estuvo conformada por la totalidad de la población de trabajadores, siendo un total de 9, y 94 clientes de una población de 200 en el mes del estudio. Se utilizaron como técnicas de recojo de datos la encuesta y la observación directa, y cuestionarios como instrumentos. Como resultados se obtuvieron correlaciones significativas entre las variables gestión de la calidad del servicio y desempeño laboral ($p=0,019$), así como entre los procesos para la calidad ($p=0,049$), la planificación ($p=0,014$), la competitividad de la empresa ($p=0,046$) con

el desempeño laboral; por lo que se concluye que las dimensiones mencionadas influyen para que el trabajador se desempeñe de la mejor manera, así como la gestión de la calidad del servicio, es decir, mientras mejores estrategias se apliquen para que el servicio sea el adecuado, mejor se desempeñará el trabajador.

De igual forma, Ponce (2017) se planteó determinar la influencia de la gestión comercial en el crecimiento de empresas dedicadas al sector hotelería en Manabí, Ecuador, indicando que estas dos variables llevan al éxito organizacional cuando se corrigen las fallas existentes. Se trató de un estudio descriptivo, correlacional, enfocado de manera cuantitativa y utilizando el método lógico inductivo. La muestra estuvo conformada por 246 gerentes hoteleros de la ciudad, a los que se les aplicó un cuestionario como instrumento, haciendo uso de la técnica de la encuesta. La variable gestión comercial fue dimensionada en prácticas de marketing, capacitación al personal y la innovación de los procesos productivos, obteniendo como resultados que tanto la variable como las dimensiones se relacionan de manera significativa y fuerte con el crecimiento de las PYMES, calculado a través del Coeficiente de Rho de Spearman. Concluyendo con esto que una buena gestión comercial, basada en marketing, capacitaciones e innovación de procesos aporta en gran medida a que las PYMES crezcan y evolucionen.

También, Salazar, Bejarano y Núñez (2018) evaluaron las competencias gerenciales en gestión comercial y el desempeño laboral en Instituciones Estatales Educativas ecuatorianas, en un estudio descriptivo - correlacional, de campo y enfocado de manera mixta, además de una revisión bibliográfica para establecer las competencias comerciales que deben tener las autoridades educativas. Se utilizó la técnica de la encuesta aplicando los cuestionarios de Test de Rueda para la medición de las competencias gerenciales y el Test de Evaluación de 360 grados para medir el desempeño laboral, en una población de 267 directivos de universidades estatales, tomando una muestra de 89 de ellos. Los resultados reflejaron que entre el 75% y 80% de los directivos analizados mostraron altas competencias gerenciales; sin embargo, solo entre 15% y 20% mostraron un alto desempeño laboral. Al determinar la correlación entre las variables, en el estudio se encontró que las competencias gerenciales se relacionan de manera significativa con el desempeño laboral de los directivos ($r=0,945$) por lo que se concluye que, a mayores competencias gerenciales, mejor será el desempeño laboral.

Finalmente, Buenaño (2018) se propuso el diseño de un modelo de gestión organizacional que mejore el desempeño laboral en un comercial agrícola en una localidad de Ecuador, realizando un fundamento teórico y aplicando los métodos inductivo-deductivo, analítico-sintético y sistémico, bajo un enfoque mixto y teoría fundamentada. La investigación cualitativa se basó en las observaciones de acciones que se presentan en la empresa, con una guía de observación como instrumento; mientras que, para la cuantitativa, se utilizó la técnica de la encuesta y un cuestionario como instrumento para recoger información en una muestra representada por la misma población (18 trabajadores de la empresa). Entre los resultados se encontró que los empleados consideran, en su mayoría, que existe una excelente organización interna; sin embargo, el 44% desconoce las metas organizacionales; en la empresa no se cuenta con una estructura organizacional definida, y existe desconocimiento de las actividades y funciones de cada personal, considerando necesario la mejora de su desempeño a través de las condiciones adecuadas brindadas por la empresa. Por lo que, en la investigación se concluye con un modelo para la mejora de la estructura interna considerando los factores anteriores, que permitirá que los colaboradores se desempeñen de la manera adecuada.

Ahora bien, en el contexto nacional, Huayhua y Quincho (2017) realizaron un estudio con el objetivo de hacer una identificación y análisis del impacto de las estrategias comerciales que se utilizan en las PYMES textiles de Gamarra en la respuesta estratégica a los competidores y en la gestión comercial que desempeñan. El estudio fue enfocado cualitativamente, de tipo descriptivo y explicativo, basándose en la teoría fundamentada con la técnica de la encuesta e instrumento entrevistas a 20 personas, entre gerentes de tiendas, administradores, vendedores y encargados del área comercial. Entre los resultados se obtuvo que las PYMES no realizan estudios de mercado profesionalmente, solo se basan en su experiencia en el área textil, tienen certeza de quienes son sus competidores y consideran una amenaza a quienes importan mercancía debido a que pueden ofrecer mejores precios; como parte de las estrategias comerciales, se determinó que utilizan el marketing mix, concentrándose en producto y precio, buscando apoyo en familiares para esto, destinan muy poca inversión en publicidad y tecnología, debido a que sus preferencias para la inversión va a aumentar los

niveles productivos; también utilizan como estrategia la segmentación de clientes, pero en menor medida. En la investigación se concluye que la gestión comercial se enfoca en la producción, en que la marca sea reconocida y la ampliación de su mercado a provincias.

Por otro lado, Medina (2017), estudió el desempeño laboral de los colaboradores de la Municipalidad Provincial del Santa en Chimbote, debido a la problemática que se presentaba relacionada con cantidades considerables de quejas y reclamos de usuarios. Se trató de un estudio que se enfocó de manera cuantitativa, de tipo descriptivo, de corte transversal y diseño no experimental, en la que se analizó una población de 211 empleados administrativos, tomando como muestra a 66 de ellos. La variable desempeño laboral fue medida a través de las dimensiones de innovación, satisfacción, eficiencia, crecimiento laboral, productividad y calidad utilizando la técnica de la observación y una ficha como instrumento para su registro. En los resultados se muestra que casi el 82% de los colaboradores del área administrativa de la municipalidad analizada tienen un bajo desempeño laboral, casi el 17% mostró un nivel regular y solo el 1,5% tiene un buen desempeño; en las dimensiones analizadas se encontraron valores similares en los niveles mencionados. Se estableció como conclusión que el trabajador público de la institución estudiada tiene un desempeño laboral que debe analizarse para conocer los motivos de los altos porcentajes y aplicar talleres recomendados por organizaciones estatales, como el “mejora del desempeño laboral”.

También, Gálvez (2018), se planteó como objetivo determinar la incidencia del desempeño laboral en la satisfacción de los usuarios que realizan trámites de documentación en la Unidad de Gestión Educativa Local de Chota, basándose en un estudio de enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo-correlacional, y de diseño no experimental, donde la variable desempeño laboral fue medida a través de una población de 15 colaboradores de la entidad mencionada, tratándose de una muestra de tipo censal, mediante las dimensiones de motivación, iniciativa laboral, trabajo en equipo y trabajo por resultados; mientras que la variable satisfacción del cliente se midió en una muestra de 150 usuarios de la población de 241 atendidos en el mes de mayo, determinada a través de fórmula para poblaciones finitas, y midiendo las dimensiones confiabilidad, capacidad de respuesta, garantía y empatía. Los resultados reflejan que el personal tiene un desempeño entre regular

y bueno en su mayoría en todas las dimensiones; y los usuarios mostraron estar medianamente satisfechos con el servicio. El coeficiente de Pearson arrojó un valor $r=0,128$ en la relación entre las variables estudiadas, por lo que en la investigación se concluye que no existe mayor incidencia del desempeño que tengan los colaboradores en la satisfacción del usuario, ya que puede estarse viendo afectada por otros factores de la institución estudiada.

Otro estudio es el realizado por Chacón (2018), quien se propuso como objetivo determinar la relación entre la gestión directiva y el desempeño laboral en los colaboradores de la Oficina Departamental de Estadística e Informática en Ucayali. La investigación se enmarcó bajo enfoque cuantitativo, de tipo aplicada y bajo el diseño no experimental, descriptivo y correlacional, donde fue tomada como muestra la misma población de los 33 colaboradores del lugar, aplicando la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario que mostraron alta confiabilidad. La variable desempeño laboral fue dimensionada a través de la orientación de resultados y calidad, relaciones interpersonales y trabajo en equipo e iniciativa y organización. Como resultados se obtuvo que el 100% de los encuestados se ubicaron en un regular desempeño laboral, y de igual forma, el 100% calificó a la gestión directiva como regular; el coeficiente de correlación entre las variables estudiadas arrojó un valor de $r=0,875$ y $p= 0,000$ por lo que en el estudio se concluye con la existencia de una influencia significativa, positiva y fuerte entre la gestión directiva y el desempeño laboral, siendo que, mientras mejor se lleven a cabo las prácticas de gestión directiva, los trabajadores se desenvolverán mejor y mostrarán mayor desempeño.

Finalmente, Reyna (2020) se propuso realizar el diagnóstico de la gestión comercial de la empresa SEDALIB, Trujillo para determinar si un sistema de información podría mejorar las fallas existentes, realizando un estudio de tipo aplicado, enfoque cuantitativo y diseño pre experimental y aplicando un cuestionario a 15 directivos y funcionarios de la empresa objeto de estudio de una población de 19. La variable gestión comercial fue medida a través de las dimensiones de planificación comercial, gestión catastral, gestión de la medición, de la facturación y de cobranza. Los resultados reflejan que, en el pre test, la gestión comercial de la empresa era mala para el 87% de los encuestados; mientras que en el post test, en 100% de las respuestas se ubicaron en el rango de buena gestión

comercial, por lo que, el sistema de información integral sí mejoró las fallas; sin embargo, fue necesaria la mejora del sistema de información debido a que, la gestión comercial de SEDALIB, Trujillo se lleva a cabo bajo constantes cambios económicos, políticos, sanitarios, sociales y medioambientales que exigió una optimización mayor que permitiera la adaptación a dicho entorno y mejorar el proceso a nivel operativo de la gestión comercial.

En cuanto a las definiciones de las variables del estudio, se comenzará por definir la **gestión comercial**, la cual se encarga de la organización, planificación y ejecución de las interacciones de la empresa con el mercado. Desde la óptica del proceso productivo, la gestión comercial constituye el final de ese proceso, ya que a través de ella son suministrados los productos o servicios al mercado aportando los recursos económicos a la organización; sin embargo, no solo se encarga de este último paso, debido a que, si es contemplada de esa manera, su función sería únicamente la de vender (Herrero, 2016).

La gestión comercial también abarca la realización de los estudios de mercados necesarios hasta llegar al punto de la colocación de los productos y servicios para que el cliente disponga de ellos, lo que incluye las estrategias de ventas, políticas de éstas, conocimientos de los inventarios para saber si los productos están disponibles, fijación de objetivos de ventas, planteamiento de los incentivos para cuando sean alcanzados y, de ser el caso, los controles necesarios para cuando se están incumpliendo, así como el conocimiento de las razones de esto y el grado de afectación (Herrero, 2016).

Otra definición indica que esta gestión es parte totalmente relevante y esencial del funcionamiento de las empresas, debido a que implica el análisis de los mercados a los que es posible el acceso, las particularidades de los productos para ello, las estrategias de fijación de precios, las formas para que el desarrollo comercial sea eficaz; tareas que son parte de la cotidianidad en las empresas, además de ser emanadas de manera directa de las decisiones que se derivan de la estrategia corporativa (Borjas y Lagos, 2018).

Por lo que, la gestión comercial se trata de las actividades de la empresa relacionadas con la realización, conocimiento e impulso de manera eficiente de los productos y/o servicios al mercado. Todo ello, cumple un rol esencial para que se mejore la imagen de la organización y la apertura de cada vez nuevos mercados,

bien sean nacionales o extranjeros. Adicionalmente, la gestión comercial está encargada del desarrollo del diseño y aplicación de políticas y estrategias para ser rentables, también del manejo de departamento de servicio al cliente, el cuidado de la calidad de los productos y servicios que se ofertan, con la finalidad de que realmente satisfagan al cliente y una correcta gestión de las observaciones que tienen los clientes.

Una de las teorías que tiene alcance a la gestión comercial es la Teoría de las Organizaciones Inteligentes propuesta por Senge (1990), debido a que ponerla en práctica enrumba las demandas de las empresas para que sean desarrolladas propuestas potenciadoras de intelectualidad de los colaboradores; lo que implica que las empresas busquen herramientas para capacitar a los mismos para lograr calidad en la atención y se responda a las necesidades reales de los usuarios (cit. por León, et al., 2017).

Una organización inteligente tiene la capacidad de aprendizaje en la creación de estrategias que emprenden las soluciones a los problemas enfrentados, para lo cual, deben propiciar cinco disciplinas, a saber: el desarrollo del dominio personal capacitando a los trabajadores profesionalmente, brindar las herramientas para que pueda darse el trabajo en equipo adecuadamente, buscar que se tenga una visión compartida, es decir, las metas a lograr por la empresa a mediano y largo plazo, adecuar los modelos mentales, mismos que tienen como finalidad que sean establecidos los procedimientos a seguirse en la gestión pública para brindar celeridad en la atención y las demandas de los clientes, y el pensamiento sistemático (Senge, 1990, cit. por León, et al, 2007).

Una de las tareas de la gestión comercial, se trata de **las estrategias comerciales**, que son definidas como un modelo de estrategias que buscan definir el mercado objetivo y la combinación de estrategias de marketing vinculadas con el mismo; siendo prácticamente un panorama general sobre las formas de actuación de la organización dentro de un mercado (McCarthy & Perreault, 2015).

Se trata de la lógica con la que la empresa busca el logro de sus objetivos comerciales, y se enfocan principalmente en estrategias específicas para alcanzar el mercado meta, que la empresa se posicione, la combinación de marketing y los niveles de gastos (Kotler & Armstrong, 2014). Estas estrategias comprenden las actividades para seleccionar y analizar el mercado, es decir, las acciones para

determinar si elegirlo o no y el estudio del público meta, al igual que las actividades para crear y mantener la mezcla de marketing que logre satisfacerlos (Fischer & Espejo, 2016).

Es así como, las estrategias comerciales se tratan de las planificaciones y análisis con las que se debe contar en una empresa a través de la combinación de diferentes herramientas de publicidad, tales como, seleccionar al mercado objetivo, posicionar a la empresa en el mercado, la aplicación del marketing mix y brindar la pertinente atención de los niveles de gastos para llevar eficientemente los productos competitivos al mercado y mantener la vigencia y sostenibilidad de la organización.

Por otro lado, como parte de la gestión comercial es muy importante la **atención que se le brinda al usuario**, ya que actualmente, se está atravesando una época histórica que se caracteriza por las expansiones y unificaciones del mercado que no se había tenido antes; la forma como se oferta mercancías en la actualidad, considerando cada perfil de consumo está tan diversificada que supera a la demanda; por lo cual, el usuario o cliente está en una posición, cada vez más notoria, de elegir mercancías que tienen grandes similitudes (Varela, 2015).

Lo anterior, se ha encargado de fomentar una extrema competencia entre empresas, razón por la cual, cualquier detalle, así sea muy pequeño, puede suponer que se pierda o se fidelice un cliente. Considerando esto, actualmente se ha adoptado una estrategia en particular por parte de gran cantidad de empresas, sin que sea relevante su tamaño, la cual consiste en la realización de estudios profundos de los clientes para conocer sus particularidades y características, sus requerimientos, necesidades y expectativas, con la fin de brindarles la mejor atención posible de acuerdo a la información recabada; logrando así, que esta atención como factor diferencial, tenga efectos en el consumidor para elegir a la empresa y no a otra (Varela, 2015).

Con una adecuada atención al usuario se busca comprender a los mismos en el pasado, presente y futuro, además de las cualidades de los productos y servicios ofrecidos y el proceso transaccional completo, abarcando desde el reconocimiento de un cliente potencial, hasta que el mismo esté satisfecho en la post compra (Brown, 2014).

Brindar una correcta atención al cliente requiere que sean comprendidos ciertos puntos que incrementan las posibilidades de tener posiciones privilegiadas en los mercados; siendo que la calidad de la interacción entre el personal y los clientes determinarán el futuro inmediato de una empresa (Luxor, 2015).

Lo anterior debe incluir la amabilidad y la cordialidad, además de aprender a conocer a los clientes con la finalidad de hacerles el ofrecimiento de lo que realmente necesitan, ceder ante ellos en razones sin que signifique una pérdida, la adquisición de las habilidades y capacidades para reconocer lo que es mejor para la empresa y el cliente; las personas encargadas de tratar con los clientes, deben familiarizarse con la forma adecuada de tratar con ellos, e incluso, con la adopción de las técnicas, políticas y formas de que la empresa establece hacerlo (Soto, 2015).

Existe una importancia cada vez mayor para las empresas de que sus clientes se lleven una experiencia positiva con la marca, para así lograr fidelizarlos. Los clientes ya no esperan solo cubrir la necesidad del producto con uno adecuado a sus requerimientos, sino que, además, tienen la necesidad de que las propias marcas se preocupen por ellos, debido a que tienen la seguridad de que les ayudarán con eso que necesitan.

Finalmente, una buena gestión comercial debe **gestionar sus reclamos** de manera eficiente; las quejas y los reclamos se dan cuando los clientes están inconformes en cuanto a un producto o servicio que adquiere a una empresa, expresando esta inconformidad a la misma empresa o a algún ente competente; para el correcto entendimiento con el cliente, se requiere adoptar una metodología con la que se logren saber las percepciones de los clientes como resultados de la gestión comercial, se requiere también que se logre la completa empatía abriendo paso a las actitudes positivas, a la atención de calidad y a un comportamiento destacado, logrando con esto que la experiencia del cliente sea positiva y eso sea mantenido en el tiempo, lo anterior, con el correcto involucramiento de todos los sujetos intervinientes en la prestación de los servicios (Bernal, 2015).

En casos, la atención al cliente es basada en el ofrecimiento de asesoría al cliente con respecto a los productos y servicios que ofrece la empresa, e incluso, aconsejándose a cómo utilizar los productos; pero, en otros casos esto también consiste en el correcto manejo de los reclamos de los clientes, sin que se pierdan

los nervios y, si es necesario, dándole la razón sin tenerla, hasta si esto significa que se pierdan beneficios para la empresa (Soto, 2015).

Es necesaria la escucha y correcta atención a las quejas y reclamos debido a que, con ello, se busca evidenciar fallas, errores o equivocaciones que se cometen en la empresa; es decir, se trata de las manifestaciones verbales o escritas a través de las cuales el usuario se dirige a la empresa para mostrar ineficiencias en la calidad de la atención o incumplimientos en el servicio (Carrasco, 2017).

Por otro lado, en la conceptualización de la variable **desempeño laboral**, se toman como referencia diferentes autores que han investigado esta temática a lo largo del tiempo por ser un elemento de gran importancia en las organizaciones; sin embargo, serán considerados las teorías más recientes. Es así como, se trata de las manifestaciones de las actividades trabajadas y desarrolladas por los trabajadores de acuerdo a su condición en la empresa, considerando su rol y las capacitaciones o profesión que lo formaron (Sum, 2015).

El desempeño laboral es definido también como una forma de determinar quiénes son los colaboradores que trabajan organizadamente para la consecución de los objetivos organizacionales y que realizan las actividades en torno a las metas de mediano y largo plazo de acuerdo a sus funciones en la empresa (Coulter, 2016).

La teoría del desempeño laboral descrita por Robbins y Judge (2013) busca que se evalúen los procesos productivos desarrollados por los colaboradores de acuerdo a sus tareas o funciones, además de los niveles de identificación de los mismos con sus puestos y su proyección social, además de los limitantes en la producción que se perciben como conductas negativas dañinas para la imagen de la empresa, las decisiones tomadas a raíz del proceso de planificación, negociación y mediación para la solución de los inconvenientes que se presentan en la organización y la disposición para lograr brindar una imagen institucional positiva a su empleador (cit. por Sum, 2015).

Considerando la teoría anterior, el desempeño laboral es percibido como la calidad con la que los colaboradores realizan sus funciones en sus respectivos puestos, donde juega un papel fundamental la motivación por ejercer sus tareas y la importancia que le dé el trabajador a asumir responsablemente el desarrollo de las actividades que exige la labor desempeñada.

En la actualidad, conocer los niveles de desempeño de los colaboradores es medido a través de los resultados que ellos logran obtener; estas acciones involucran la planificación del desarrollo de sus labores, la organización de este desarrollo y la ejecución del trabajo de acuerdo a los resultados demandados por la empresa (Gálvez, 2018).

Aunque el desempeño sea medido a través de los resultados obtenidos y si los trabajadores cumplen las metas, es importante hacer mención y acotación de que estos indicadores deben enfocarse en la personalidad, principios y ética profesional para que puedan desempeñarse en sus tareas de la manera adecuada, manejando esto por medio de los manuales administrativos y organizacionales que sustentan sus funciones legalmente en cuanto a las tareas a realizar y a las metas a cumplir.

Son varias las teorías influyentes en el desempeño laboral; si se asume la teoría de la motivación juega un papel fundamental en la trascendencia de la explicación de los procesos seguidos por las personas para lograr satisfacer sus necesidades, bien sea por factores internos y externos, siendo esto reflejado en el ánimo del trabajador o grupos de trabajadores en el desarrollo de sus tareas; en ese sentido, la teoría de las necesidades de Maslow hace el planteamiento de que cada persona tiene de manera jerárquica cinco necesidades básicas, siendo las fisiológicas, de seguridad, de afecto, de autonomía y de autorrealización (Sum, 2015).

Entonces, la motivación es un aspecto fundamental para que el ser humano se desarrolle y, de manera específica, asuma la valoración de su trabajo y de las actividades que ejerce diariamente en él, siendo la manifestación de la motivación intrínseca la determinante de las voluntades para ejercerlas sin esperar cosas a cambio, es decir, realizar las funciones de su trabajo por propia iniciativa, practicando el relacionarse interpersonalmente para asumir con responsabilidad las actividades y cotidianidad de sus tareas.

De acuerdo a Guerrero (2014) las dimensiones que demanda la medición del desempeño laboral son la motivación personal, la iniciativa laboral, el trabajo en equipo y el logro de resultados, las cuales se proceden a definir:

La motivación personal está vinculada con el interés del empleado para el desarrollo de sus actividades laborales, implicado el reflejo de los niveles de

empeño que aporta el trabajador para desarrollar sus labores, acompañándose del entusiasmo e implicado que el colaborador está motivado intrínsecamente para la ejecución de las acciones exigidas por el puesto de trabajo (Guerrero, 2014).

En cuanto a la **iniciativa laboral**, esta se concibe como una cualidad mostrada por el trabajador para el acceso a mejores puestos de trabajo, por lo que, se trata de un indicador que las organizaciones miden para evaluar cómo está capacitado profesionalmente el empleado con la finalidad de tener información necesaria para cuando es necesario cubrir otros puestos de trabajo (Guerrero, 2014).

Por otro lado, **el trabajo en equipo** busca propiciar los medios para que los trabajadores desarrollen sus actividades bajo un clima que involucra que se integre e interrelacione en función de las exigencias establecidas en la empresa para el logro de los objetivos establecidos con anterioridad; esta dimensión parte de objetivos, lo que es lo mismo, se presenta unión entre los empleados para la resolución de problemas de la institución de acuerdo a los resultados perseguidos, por lo que, trabajar en equipo demanda el emprendimiento de actividades en conjunto para que se logren los objetivos organizacionales (Guerrero, 2014).

Y, otro de las dimensiones del desempeño laboral, como ha sido mencionado, es el **logro de resultados**, encargada de la verificación de las competencias y capacidades de los empleados como medio efectivo para alcanzar metas y mostrar desempeño; en sí, la medición del desempeño laboral hace mucho énfasis en los resultados alcanzados por los trabajadores propios de sus funciones y de la funcionalidad empresarial, a la vez que hace un diagnóstico de la problemática de la empresa en cuanto a los resultados con la finalidad de emprender acciones rectificadoras (Guerrero, 2014).

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

De acuerdo al fin que persigue, la presente investigación es de tipo básica, debido a que se enmarca en lo establecido por Hernández, Fernández y Baptista (2014) al indicar que “Las investigaciones básicas o fundamentales se trata los estudios que se llevan a cabo sin fines prácticos inmediatos, sino con el fin de incrementar los conocimientos sobre los acontecimientos o sucesos” (p. 43). De esta forma, con el estudio se obtendrá aporte en los conocimientos que, en investigaciones futuras, servirán para las implicaciones prácticas.

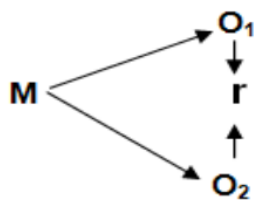
El estudio tendrá un enfoque cuantitativo, debido a que, bajo este enfoque, la información que se obtenga de la recolección de datos será presentada y procesada de manera numérica (Marroquín, 2014). Así, a los datos que se obtengan se procesarán a través la estadística descriptiva e inferencial con la finalidad de dar respuesta a los objetivos planteados.

De igual forma, la investigación se realizará con diseño no experimental debido a que los datos se presentarán tal cual como suceden en la realidad, sin hacer modificaciones en ellos ni manipularlos para experimentar variaciones (Marroquín, 2014). Además, el estudio será de corte transversal, debido a que la información se recogerá en un mismo periodo de tiempo (Dzull, Mejía, Silva y Mendoza, 2011).

Por otro lado, la investigación será de nivel – correlacional, ya que la medición de las variables se realiza para, además de describir su comportamiento, determinar si existe relación o no entre ellas (gestión comercial y desempeño laboral). Estos estudios se realizan con la intención de determinar si el comportamiento de una variable afecta en el comportamiento de otras para determinar el nivel de influencia o incidencia que ejerce en ellas (Carrasco, 2015).

Es así como, mediante este este diseño, se busca, la obtención de resultados en un momento determinado, para analizarlos sin hacer alteraciones deliberadas en ellos y presentarlos de manera cuantitativa. Esto con la finalidad de describir la forma como se está llevando a cabo la gestión comercial en la empresa y el nivel de desempeño de sus trabajadores para finalmente establecer la relación estadística entre ambas variables.

Los estudios con este tipo de diseño pueden representarse de la siguiente manera:



Donde:

M = Muestra.

O₁ = Observación de la variable gestión comercial

O₂ = Observación de la variable desempeño laboral

r = Correlación entre O₁ y O₂.

3.2 Variables y operacionalización

En cuanto a la variable independiente, gestión comercial, es definida conceptualmente como la gestión que se encarga de la organización, planificación y ejecución de las interacciones de la empresa con el mercado. Desde la óptica del proceso productivo, la gestión comercial constituye el final de ese proceso, ya que a través de ella son suministrados los productos o servicios al mercado aportando los recursos económicos a la organización; sin embargo, también abarca la realización de los estudios de mercados necesarios hasta llegar al punto de la colocación de los productos y servicios para que el cliente disponga de ellos, lo que incluye las estrategias de ventas, políticas de éstas, conocimientos de los inventarios para conocer la disponibilidad de los productos, fijación de objetivos de ventas, planteamiento de los incentivos para cuando sean alcanzados y, de ser el caso, los controles necesarios para cuando se están incumpliendo, así como el conocimiento de las razones de esto y el grado de afectación (Herrero, 2016).

Por otro lado, es definida operacionalmente por las dimensiones de estrategias comerciales, atención al usuario y gestión de reclamos; en el caso del presente estudio, medida a través de los empleados de la empresa SEDALIB, S.A.

Por otro lado, la variable dependiente, desempeño laboral, conceptualmente se trata de las manifestaciones de las actividades trabajadas y desarrolladas por

los trabajadores de acuerdo a su condición en la empresa, considerando su rol y las capacitaciones o profesión que lo formaron (Sum, 2015).

Mientras que, operacionalmente se medirá a través de las dimensiones de la motivación de los empleados, la iniciativa laboral, el trabajo en equipo y el trabajo por resultados, por medio de los colaboradores de la empresa SEDALIB, S.A.

3.3 Población, muestra y muestreo

La población se trata de la totalidad del conjunto de unidades o elementos, finitos o infinitos que son objeto de estudio; estas unidades deben poseer las mismas características en cuanto a lo que se va a evaluar (Bernal, 2010). De acuerdo a lo señalado, la población de este estudio se refiere a la totalidad de los trabajadores de la empresa SEDALIB, S.A. de Trujillo, siendo 80 trabajadores.

Por otro lado, la muestra es una parte de la población que se toma para ser estudiada y que representa a la misma para generalizar los resultados que se obtengan de ella (Bernal, 2010). Debido a que se tiene acceso a la totalidad de la población, la muestra quedará determinada por la misma población. Cuando es posible acceder a la población completa por ser de tamaños reducidos, las muestras se denominan censales (Hernández, et al., 2014), siendo entonces la muestra los 80 trabajadores de la empresa SEDALIB, S.A. de Trujillo y tratándose de un muestreo censal no probabilístico, por lo que no fueron considerados criterios de exclusión ni inclusión.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica para el recojo de información será la encuesta, tratándose esta de una de las más factibles dentro del estudio cuantitativo, debido a la confiabilidad en los hallazgos que se obtienen; se refiere a la aplicación de preguntas abiertas o cerradas que se deben aplicar por igual a toda la muestra; asimismo, esta técnica proporciona información directa de los participantes sobre las variables de estudio (Bernal, 2010). De esta forma, podrá ser recolectada la información de forma estructurada directamente de la fuente de datos pertinentes para medir las variables.

En cuanto al instrumento, será utilizado el cuestionario entendiendo que este se trata de un conjunto de ítems dirigidos a la muestra, tratándose de un medio que

puede ser aplicado de manera presencial o virtual, el cual se debe diseñar de acuerdo a lo que se busca medir de las variables de manera estructurada (Marroquín, 2014).

En este estudio, se ha diseñado un cuestionario para aplicarle a los trabajadores de SEDALIB S.A. de Trujillo, el cual mide las variables gestión comercial y desempeño laboral a través de 46 ítems cerrados con opciones de respuesta estructurados de acuerdo a una escala de Likert donde las opciones de respuesta son: (1)=Nunca; (2)=A veces; (3)=Regularmente; (4)=Frecuentemente (5)=Siempre.

De la totalidad de las preguntas del cuestionario, 26 de ellas fueron dirigidas para la medición de la variable gestión comercial, con 10 para la dimensión de estrategias comerciales, 10 para la dimensión de atención al usuario y 6 para la dimensión de gestión de reclamos. Estos 26 ítems fueron formulados de manera que la mayor puntuación, significa mayor eficacia de la gestión comercial en la empresa, teniendo que la opción de siempre equivale a 5 puntos; a veces es igual a 4 puntos, regularmente 3 puntos, frecuentemente equivale a 2 puntos y siempre 1 punto. Debe considerarse que los ítems 21, 22, y 23 fueron formulados de manera inversa, por lo que, las puntuaciones son asignadas al contrario (Siempre=1 punto; frecuentemente=2 puntos; regularmente=3 puntos; a veces=4 puntos y nunca=5 puntos).

En cuanto a la variable desempeño laboral, para su medición fueron destinados 20 ítems, de los cuales, 7 corresponden a la dimensión de motivación, 5 para a dimensión de iniciativa labora, el trabajo en equipo se medirá a través de 5 ítems y el trabajo por resultados mediante 3 ítems. De igual forma, las puntuaciones mayores reflejan mayor desempeño laboral, teniendo que la opción de siempre equivale a 5 puntos; casi siempre es igual a 4 puntos, a veces 3 puntos, casi nunca equivale a 2 puntos y nunca 1 punto.

Fue realizada una prueba piloto para determinar la confiabilidad de ambos instrumentos, la cual resultó en $p=0,821$ para el instrumento de medición de la variable gestión comercial y $p=0,798$ para el instrumento de medición de la variable desempeño laboral. Lo anterior permite indicar que los instrumentos son confiables, dado que $p>0,700$ en ambos casos, siendo este el valor mínimo para considerarse

confiable un instrumento. A su vez, este instrumento fue validado por el método de juicio de expertos (3 expertos) los cuales coincidieron en la aplicabilidad del mismo.

3.5 Procedimientos

Para proceder con la recolección de la información, principalmente se dirigirá una carta a la directiva de la empresa SEDALIB, S.A. de Trujillo para contar con su autorización y poder aplicar el instrumento a los trabajadores. Para que los integrantes de la muestra participen, se procederá primero a la explicación del cuestionario y aclarar sus dudas con respecto al mismo, para seguir con la solicitud de que firmen un consentimiento informado. Los cuestionarios serán aplicados de manera presencial en las instalaciones de la empresa.

3.6 Método de análisis de datos

Los datos que se obtengan de dicha recolección, serán ordenados y vaciados en una hoja de cálculo de Excel v.18, sirviendo esto como base de datos para procesarlos. Se aplicará primero estadística descriptiva para una mejor observación y presentación de los resultados, determinando las frecuencias relativas y porcentuales de cada indicador para mostrar el comportamiento de cada dimensión y variable a través de tablas y gráficos. Seguidamente, esa base de datos será procesada a través de la herramienta estadística SPSS v.25 para realizar la prueba de normalidad pertinente, que por ser una muestra mayor a 50, se utilizará Kolmogorov Smirnov, misma que permite determinar el estadístico a utilizar para, finalmente, realizar la contrastación de hipótesis y establecer las conclusiones del estudio.

3.7 Aspectos éticos

Para la realización del presente estudio, se respetará la autoría de las obras de la literatura que fueron consultadas, haciendo la debida referencia. También, se respetará la libre participación de los conformantes de la muestra en el estudio y se les pedirá firmar un consentimiento informado, además de contar con la autorización de la empresa para realizar la investigación. A los participantes, se les explicará que la información que proporcionen será únicamente utilizada para fines

investigativos y que sus datos se mantendrán en anonimato, respetando la confidencialidad de los mismos. Asimismo, esta investigación será desarrollada con total autenticidad por parte de la investigadora.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados descriptivos de las variables y dimensiones

Resultados descriptivos de la variable gestión comercial

Tabla 1.
Niveles de la gestión comercial

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válidos	Bajo	1	1,3%
	Medio	22	27,5%
	Alto	57	71,3%
	Total	80	100%

Fuente: SPSS v. 25 en base a resultados de instrumento

Los resultados reflejados en la tabla 1 demuestran que, de la muestra encuestada, 55 trabajadores correspondientes al 71,3% de la muestra refleja que la empresa SEDALIB, S.A. mantiene buenos niveles en la gestión comercial frente al 27,5% (22 trabajadores) que mantienen que la gestión comercial es media o regular y un solo trabajador correspondiente al 1,3% de los encuestados afirma que la gestión comercial de la empresa tiene niveles bajos.

Dimensión: Estrategias comerciales

Tabla 2.
Nivel de las estrategias comerciales

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válidos	Bajo	5	6,3%
	Medio	18	22,5%
	Alto	57	71,3%
	Total	80	100%

Fuente: SPSS v. 25 en base a resultados de instrumento

En cuanto a la dimensión de las estrategias comerciales empleadas por la empresa SEDALIB, S.A. los resultados son reflejados en la tabla 2. Se obtuvieron resultados importantes de acuerdo a lo afirmado por los trabajadores ya que 57 de ellos correspondientes al 71,3% de la muestra afirma que dicha empresa mantiene un alto nivel de estrategias comerciales, respecto al 22,5%, correspondiente a 18 trabajadores que expresan que la empresa mantiene estrategias medias o

regulares, así mismo el 6,3% (5 trabajadores) afirma que las estrategias comerciales son deficientes debido a que sus respuestas se ubicaron en el rango de “bajo”.

Dimensión: Atención al usuario

Tabla 3.
Nivel en la atención al usuario

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válidos	Bajo	3	3,8%
	Medio	20	25%
	Alto	57	71,3%
	Total	80	100%

Fuente: SPSS v. 25 en base a resultados de instrumento

Los datos reflejados en la tabla 3 son los resultados globales de la dimensión atención al usuario obtenidos a través de la encuesta aplicada, mismos que demuestran que 57 trabajadores siendo esto el 71,3% de la muestra refieren que hay un alto nivel de ello, es decir, una buena y adecuada atención al usuario por parte de la empresa SEDALIB, S.A. contrastado con el 25% de los mismos (20 trabajadores) que expresaron que hay una atención media o regular al usuario, mientras que el 3,8% de los colaboradores afirman que la atención por parte de la empresa hacia sus usuarios tiene niveles bajos.

Dimensión: Gestión de reclamos

Tabla 4.
Nivel en la gestión de reclamos

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válidos	Bajo	2	2,5%
	Medio	21	26,3%
	Alto	57	71,3%
	Total	80	100%

Fuente: SPSS v. 25 en base a resultados de instrumento

Referente a la dimensión gestión de reclamos por parte de la empresa SEDALIB, S.A. los resultados son reflejados en la tabla 4, observando que la

mayoría de los trabajadores afirman que tiene un alto nivel ya que 57 de sus trabajadores correspondientes al 71,3% de la muestra lo afirman, mientras que el 26,3% correspondientes a 21 trabajadores, infieren que la atención es media o regular respecto a la gestión de reclamos por parte de la empresa, así mismo 2 trabajadores afirman que la gestión de reclamos es baja correspondiente al 2,5% de los datos obtenidos.

Variable: Desempeño laboral

Tabla 5.
Niveles de desempeño laboral

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válidos	Bajo	3	3,85
	Medio	6	7,55
	Alto	71	88,8%
	Total	80	100%

Fuente: SPSS v. 25 en base a resultados de instrumento

Mediante los resultados obtenidos y reflejados en la tabla 5 se puede evidenciar que el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa SEDALIB, S.A. es alto con un 88,8% correspondiente a 71 trabajadores, en contraste a esto el 7,5% de los empleados infieren que el desempeño laboral es regular, es decir, 6 trabajadores, por último, se evidencia que solamente el 3,8% de los empleados (3 trabajadores), tiene un bajo desempeño laboral.

Dimensión: Motivación

Tabla 6.
Nivel de motivación

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válidos	Bajo	3	3,8%
	Medio	19	23,8%
	Alto	58	72,5%
	Total	80	100%

Fuente: SPSS v. 25 en base a resultados de instrumento

De acuerdo a los datos reflejados la tabla 6 se observan los resultados para la dimensión motivación, teniendo que, 58 de los trabajadores de la empresa SEDALIB, S.A. correspondientes al 72,5% de la muestra tienen un alto índice de motivación en las labores que desempeñan, mientras que 19 de ellos, siendo el 23,8% presenta una mediana motivación respecto al empleo que desempeñan en dicha empresa, por su parte el 3,8 % de la muestra, siendo esto 3 empleados reflejan total desmotivación por el cargo que desempeñan.

Dimensión: Iniciativa laboral

Tabla 7.
Nivel de iniciativa laboral

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válidos	Bajo	3	3,8%
	Medio	6	7,5%
	Alto	71	88,8%
	Total	80	100%

Fuente: SPSS v. 25 en base a resultados de instrumento

Los resultados obtenidos y reflejados en la tabla 7 respecto a la dimensión iniciativa laboral, se puede evidenciar que la iniciativa laboral de los empleados de la empresa SEDALIB, S.A. es alta con un 88,8% correspondiente a 71 empleados, de esta manera el 7,5% de los empleados tienen niveles medios de iniciativa laboral, siendo esto 6 trabajadores del total de la muestra, por último, se evidencia que solamente el 3,8%, siendo 3 empleados, tiene un bajo desempeño laboral

Dimensión: Trabajo en equipo

Tabla 8.
Nivel de trabajo en equipo

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válidos	Bajo	4	5%
	Medio	5	6,3%
	Alto	71	88,8%
	Total	80	100%

Fuente: SPSS v. 25 en base a resultados de instrumento

En la tabla 8 se observan los resultados para la dimensión trabajo en equipo, donde se obtuvieron resultados en su mayoría positivos para estos indicadores, de esta manera los encuestados en un 88,8% se ubicaron en un nivel alto de trabajo en equipo, mientras que el 6,3% correspondiente a 5 trabajadores en un nivel medio o regular, así mismo el 5% de los encuestados siendo estos 4 empleados presentaron un bajo nivel de trabajo en equipo.

Dimensión: Trabajo por resultados

Tabla 9.
Nivel de trabajo por resultados

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válidos	Bajo	3	3,8%
	Medio	18	22,5%
	Alto	59	73,8%
Total		80	100%

Fuente: SPSS v. 25 en base a resultados de instrumento

En la tabla 9 se pueden observar los resultados correspondientes a la dimensión trabajo por resultados, mediante los cuales se puede afirmar que la mayoría de los empleados (73,8%) tiene un alto nivel de trabajo por resultados, es decir, la mayoría desarrolla su trabajo enfocado en base a los resultados obtenidos, mientras que el 22,5% (18 trabajadores) presenta un nivel medio de enfoque basado en los resultados, así mismo 3 empleados, siendo el 3,8% de la muestra presenta un bajo nivel de trabajo por resultados acuerdo a los resultados obtenidos.

4.2 Resultados inferenciales

En esta sección, se reflejan los resultados obtenidos en las pruebas de hipótesis. Esto obtenido mediante la aplicación de estadística inferencial a los datos del cuestionario que se aplicó a los trabajadores de la empresa SEDALIB, S.A. De esta manera se muestran los resultados de la hipótesis general planteada en la investigación, seguido de esto se indicarán los resultados correspondientes a las hipótesis específicas.

Pruebas de normalidad

H1: Los datos analizados tienen una distribución no normal.

H0: Los datos analizados tienen una distribución normal.

Tabla 10.
Pruebas de normalidad

Prueba Kolmogorov-Smirnov		
Variable	Sig	Decisión
Desempeño laboral	0,000	Rechazar hipótesis nula
Estrategias comerciales	0,000	Rechazar hipótesis nula
Atención al usuario	0,000	Rechazar hipótesis nula
Gestión de reclamos	0,000	Rechazar hipótesis nula

Fuente: SPSS v. 25 en base a resultados de instrumento

De acuerdo a los resultados obtenidos en las pruebas de normalidad de las variables, se obtuvo en la totalidad que $p=0,000$ siendo $p < 0,050$ se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, es decir, la distribución de los datos es no normal, por lo que, para el contraste de hipótesis se utilizará el coeficiente estadístico de Rho de Spearman.

Contraste de hipótesis general

La gestión comercial se relaciona de manera significativa y positiva con el desempeño laboral en el marco del covid-19 de la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020.

Nivel de confianza: 95% ($\alpha=0,05$)

Reglas de decisión:

Si $p < \alpha$; se acepta la hipótesis alterna.

Si $p > \alpha$; se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis alterna: La gestión comercial se relaciona de manera significativa y positiva con el desempeño laboral en el marco del covid-19 de la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020.

Hipótesis nula: La gestión comercial no se relaciona de manera significativa y positiva con el desempeño laboral en el marco del covid-19 de la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020.

Tabla 11.
Correlación de Spearman entre gestión comercial y desempeño laboral

			Gestión comercial	Desempeño laboral
Rho de Spearman	Gestión comercial	Coefficiente de correlación	1,000	,575**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	Desempeño laboral	Coefficiente de correlación	,575**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

Fuente: SPSS v. 25 en base a resultados de instrumentos

De acuerdo a los resultados obtenidos en el análisis estadístico, se puede inferir que la relación entre la gestión comercial y el desempeño laboral es una relación moderada fuerte, debido a que el $r=0,575$. Así mismo, en la significancia se obtuvo que $p=0,000$ de esta manera cuando $p<0,050$ se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, pudiendo concluir que el desempeño laboral se relaciona de manera significativa y positiva con la gestión comercial en la empresa SEDALIB S.A., Trujillo, 2020.

Contraste de hipótesis específica 1

Las estrategias comerciales se relacionan de manera significativa y positiva con el desempeño laboral en el marco del covid-19 de la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020

Nivel de confianza: 95% ($\alpha=0,05$)

Reglas de decisión:

Si $p < \alpha$; se acepta la hipótesis alterna.

Si $p > \alpha$; se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis alterna: Las estrategias comerciales se relacionan de manera significativa y positiva con el desempeño laboral en el marco del covid-19 de la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020

Hipótesis nula: Las estrategias comerciales no se relacionan de manera significativa y positiva con el desempeño laboral en el marco del covid-19 de la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020

Tabla 12.
Correlación de Spearman entre estrategias comerciales y desempeño laboral

			Estrategias comerciales	Desempeño laboral
Rho de Spearman	Desempeño laboral	Coeficiente de correlación	1,000	,631**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	Estrategias comerciales	Coeficiente de correlación	,631**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

Fuente: SPSS v. 25 en base a resultados de instrumentos

De acuerdo a los resultados obtenidos en el análisis estadístico, se puede inferir que la relación entre las estrategias comerciales y el desempeño laboral es una relación moderadamente fuerte, debido a que el $r=0,631$. Así mismo, en la significancia se obtuvo que $p=0,000$ de esta manera cuando $p<0,050$ se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, pudiendo concluir que las estrategias comerciales se relacionan de manera significativa y positiva con el desempeño laboral en la empresa SEDALIB S.A., Trujillo, 2020.

Contraste de hipótesis específica 2

La atención al usuario se relaciona de manera significativa y positiva con el desempeño laboral en el marco del covid-19 de la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020.

Nivel de confianza: 95% ($\alpha=0,05$)

Reglas de decisión:

Si $p < \alpha$; se acepta la hipótesis alterna.

Si $p > \alpha$; se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis alterna: La atención al usuario se relaciona de manera significativa y positiva con el desempeño laboral en el marco del covid-19 de la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020.

Hipótesis nula: La atención al usuario no se relaciona de manera significativa y positiva con el desempeño laboral en el marco del covid-19 de la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020.

Tabla 13.

Correlación de Spearman entre la atención al usuario y el desempeño laboral

			Atención al usuario	Desempeño laboral
Rho de Spearman	Desempeño laboral	Coeficiente de correlación	1,000	,577**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	Atención al usuario	Coeficiente de correlación	,577**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

Fuente: SPSS v. 25 en base a resultados de instrumentos

De acuerdo a los resultados obtenidos en el análisis estadístico, se puede inferir que la relación entre la atención al usuario y el desempeño laboral es una relación positiva moderadamente fuerte, debido a que el $r=0,577$. Así mismo, en la significancia se obtuvo que $p=0,000$ de esta manera, cuando $p < 0,050$ se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, pudiendo concluir que la atención al usuario se relaciona de manera significativa y positiva con el desempeño laboral en la empresa SEDALIB S.A., Trujillo, 2020.

Contraste de hipótesis específica 3

La gestión de reclamos se relaciona de manera significativa y positiva con el desempeño laboral en el marco del covid-19 de la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020

Nivel de confianza: 95% ($\alpha=0,05$)

Reglas de decisión:

Si $p < \alpha$; se acepta la hipótesis alterna.

Si $p > \alpha$; se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis alterna: La gestión de reclamos se relaciona de manera significativa y positiva con el desempeño laboral en el marco del covid-19 de la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020.

Hipótesis nula: La gestión de reclamos no se relaciona de manera significativa y positiva con el desempeño laboral en el marco del covid-19 de la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020.

Tabla 14.

Correlación de Spearman entre la gestión de reclamos y el desempeño laboral

			Gestión comercial	Desempeño laboral
Rho de Spearman	Desempeño laboral	Coeficiente de correlación	1,000	,588**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	Gestión de reclamo	Coeficiente de correlación	,588**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

Fuente: SPSS v. 25 en base a resultados de instrumentos

Basándose a los resultados obtenidos en el análisis estadístico, se puede inferir que la relación entre el desempeño laboral y la gestión de reclamo es una relación directa moderadamente fuerte, debido a que el $r=0,588$. Así mismo, en la significancia se obtuvo que $p=0,000$ de esta manera cuando $p < 0,050$ se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, pudiendo concluir que la atención al usuario se relaciona de manera significativa y positiva con el desempeño laboral en la empresa SEDALIB S.A., Trujillo, 2020.

V. DISCUSIÓN

En los resultados se obtuvo que la gestión comercial influye, aunque de manera moderada, en el desempeño laboral de los trabajadores de SEDALIB, S.A. de Trujillo, lo que muestra que, mientras mejor sea la gestión comercial de la institución, los trabajadores tendrán mejor desempeño en sus actividades. Asimismo, se encontró que las estrategias comerciales que emplee la empresa, la forma en que atiendan a los clientes y la forma de gestionar los reclamos influyen en el desempeño de los colaboradores, es decir, mientras mejor se manejen los aspectos mencionados, mejor se van a desempeñar los trabajadores de la empresa analizada.

Se han realizado diversos estudios que han evaluado la gestión comercial en empresas privadas e instituciones públicas, los cuales coinciden en la importancia de tener una gestión comercial adecuada para que los trabajadores se sientan bien representando a la empresa y puedan desempeñarse mejor, además de influir en otros aspectos.

El estudio realizado por León y Corozo (2017) se concluyó que una adecuada gestión comercial influye en que el empleado se sienta a gusto con la empresa debido a que aporta una atención oportuna al cliente y mejora la relación que tienen los colaboradores con los clientes, evitando fallas en las entregas de los productos y brindándole la atención adecuada a los usuarios. Por lo anterior, se puede decir que coinciden con los resultados de este estudio.

Los resultados son similares a los encontrados por Rodríguez (2019) quien encontró que la calidad del servicio influye positivamente en el desempeño laboral de los colaboradores de una empresa ecuatoriana, es decir, mientras mejor sea la gestión del servicio y ésta sea de calidad, los trabajadores realizarán sus funciones de mejor manera. Esto podría justificarse en que los colaboradores perciben la satisfacción del cliente, no reciben reclamos y pueden destinar la atención en sus actividades laborales, lo que, de acuerdo a los resultados de Gálvez (2018) obtenidos de la Unidad de Gestión Educativa de Chota, la satisfacción del usuario se relaciona con el desempeño laboral.

A su vez, en los hallazgos en la empresa SEDALIB, S.A. de Trujillo se tuvo que tienen altos niveles en su gestión comercial, majando adecuadamente sus estrategias comerciales, la atención al usuario y la gestión de sus reclamos; sin

embargo, en el estudio realizado por Huayhua y Quincho (2017) se encontró que las estrategias comerciales que estaban utilizando las empresas textiles de Lima no eran las adecuadas, debido a que no realizaban estudios de mercado de manera profesional, centran su atención solo en los productos y destinan muy poca inversión en crecer comercialmente, por lo que los resultados difieren con los encontrados en esta investigación.

Incluso, un estudio realizado en la misma empresa SEDALIB, S.A. de Trujillo por Reyna (2020) encontró, en principio, que la mayoría de los empleados (87%) coincidió en que la gestión comercial de la empresa no se estaba llevando a cabo adecuadamente, por lo que se implementó un sistema de información para la gestión comercial que permitió mejorar la situación, ya que, luego de implementarlo realizó una segunda evaluación donde la totalidad de los colaboradores consideró que la gestión comercial era buena, teniendo resultados similares a los de este estudio. Por lo anterior, es importante mencionar resultados encontrados por Ponce (2017) en un estudio en PYMES ecuatorianas, que indican que la gestión comercial influye en el crecimiento de las empresas, por lo que resalta la importancia de que se corrijan las fallas encontradas en dicha gestión.

De esta forma, se puede evidenciar que la gestión comercial influye en diversos aspectos que hacen vida en una organización, resaltando en este estudio los relacionados con que los trabajadores puedan desempeñarse adecuadamente. Con respecto a ello, en el análisis realizado en la empresa SEDALIB, S.A. de Trujillo se encontró que los colaboradores tienen un alto nivel de desempeño laboral, por lo que la motivación y la iniciativa de los trabajadores, así como el trabajo en equipo y el trabajo por resultados tienen altos niveles.

Estos resultados difieren de los encontrados en la mayoría de los antecedentes, siendo los más similares los que encontraron niveles entre regulares y buenos, tal como los obtenidos por Gálvez (2018) en una Unidad de Gestión Educativa de Chota, quien encontró que la mayoría de los colaboradores tenían niveles entre regulares y altos de desempeño laboral y los encontrados los Chacón (2018) en la Oficina Departamental de Estadística e Informática de Ucayali, al obtener en su evaluación que el 100% de los colaboradores presentaron un desempeño laboral regular.

Sin embargo, en el estudio realizado por Salazar et al., (2018) en instituciones públicas de Ecuador, encontró que solo entre el 15% y 20% de los colaboradores analizados mostraron un alto desempeño laboral. Por su parte, Buenaño (2018) también encontró bajos niveles de desempeño laboral en trabajadores de una empresa agrícola ubicada en Ecuador, debido a que la mayoría desconoce las metas organizacionales y desconoce sobre las actividades y funciones de cada uno, lo que muestra poco trabajo en equipo e iniciativa.

En el contexto nacional, los resultados difieren a los encontrados por Medina (2017) en su análisis en la Municipalidad Provincial de Chimbote, donde obtuvo que el 82% de los trabajadores tenían un bajo desempeño laboral, un 17% regular y solo el 1,5% un desempeño alto. Lo anterior, le permitió recomendar que se analicen los niveles de desempeño de los trabajadores públicos.

Es importante mencionar que, en otros estudios, se encontró la influencia de otras variables en el desempeño laboral que están relacionadas con la gestión comercial, como el realizado por Rodríguez (2019), quien encontró que los procesos para que lleve a cabo un servicio de calidad, la planificación y la competitividad de la empresa son factores que influyen en que los trabajadores realicen sus actividades con un buen desempeño. Asimismo, Salazar et al., (2018) encontraron que las competencias gerenciales tienen una influencia positiva y fuerte en el desempeño laboral, es decir, que los gerentes sean capaces en la dirección de una organización influye en gran manera en que los trabajadores tengan mejor desempeño, lo que involucra la gestión comercial debido a que los gerentes son los encargados de las decisiones en esta área tan vital de cualquier organización. En los estudios nacionales, lo mismo fue encontrado por Chacón (2018) en la Oficina Departamental de Estadística e Informática de Ucayali, pues demostró que la gestión directiva se relaciona con el desempeño de los trabajadores.

VI. CONCLUSIONES

- Primera:** La gestión comercial se relaciona de manera positiva y moderada con el desempeño laboral de los colaboradores de SEDALIB, S.A. de Trujillo, debido a que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman arrojó un valor de $r=0,575$. Lo anterior permite concluir que la gestión comercial influye en que los trabajadores tengan un desempeño adecuado y mientras mejor se lleve a cabo la gestión comercial en la empresa, los colaboradores tendrán mayor desempeño laboral.
- Segunda:** Las estrategias comerciales se relacionan de manera positiva y moderada con el desempeño laboral de los colaboradores de SEDALIB, S.A. de Trujillo, debido a que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman arrojó un valor de $r=0,631$. Lo anterior permite concluir que las estrategias comerciales influyen en que los trabajadores tengan un desempeño adecuado y mientras se apliquen las estrategias comerciales en la empresa, los colaboradores tendrán mayor desempeño laboral.
- Tercera:** La atención al usuario se relaciona de manera positiva y moderada con el desempeño laboral de los colaboradores de SEDALIB, S.A. de Trujillo, debido a que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman arrojó un valor de $r=0,577$. Lo anterior permite concluir que la atención al usuario influye en que los trabajadores tengan un desempeño adecuado y mientras mejor se atiende a los clientes en la empresa, los colaboradores tendrán mayor desempeño laboral.
- Cuarta:** La gestión de reclamos se relaciona de manera positiva y moderada con el desempeño laboral de los colaboradores de SEDALIB, S.A. de Trujillo, debido a que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman arrojó un valor de $r=0,588$. Lo anterior permite concluir que la gestión de reclamos influye en que los trabajadores tengan un desempeño adecuado y mientras mejor se gestionen los mismos en la empresa, los colaboradores tendrán mayor desempeño laboral.
- Quinta:** En la empresa SEDALIB, S.A., en general, tienen altos niveles de gestión comercial, lo que indica que llevan a cabo adecuadamente la implementación de estrategias comerciales, la atención al usuario y la

gestión de reclamos; sin embargo, no se encontraron valores óptimos que reflejaran excelencia en lo mencionado, debido a que la totalidad de los empleados no concuerdan en ello.

Sexta: En la empresa SEDALIB, S.A. se encontraron, en general, altos niveles de desempeño laboral en sus colaboradores, lo que refleja que tienen buena motivación, de iniciativa laboral, trabajan en equipo y trabajan enfocados en los resultados; sin embargo, no se encontraron valores óptimos debido a que no todos los trabajadores tienen un alto desempeño laboral.

VII. RECOMENDACIONES

- Primera:** Se recomienda al Estado la implementación de medidas adecuadas para que las empresas públicas tengan correctas gestiones comerciales, verificando constantemente el servicio que están prestando, que la atención al usuario sea de calidad y que gestionen eficientemente los reclamos que reciben de la población, debido a que lo anterior influye en que los trabajadores se desempeñen adecuadamente y puedan brindar el trato indicado a los usuarios de los servicios públicos.
- Segunda:** Se recomienda al Estado la constante evaluación del desempeño laboral de los servidores públicos, debido que bajos niveles en ello podrían ser un indicador de que se esté llevando a cabo una mala gestión comercial en las empresas del Estado.
- Tercera:** Se recomienda a la empresa SEDALIB, S.A. la implementación de políticas para mantener y mejorar la gestión comercial que están ejecutando y de la evaluación constante de los niveles de desempeño de sus trabajadores, con la finalidad de siempre brindar un mejor servicio a la ciudadanía.
- Cuarta:** Se recomienda a futuros investigadores la ampliación de este estudio o la aplicación de la medición de las variables gestión comercial y desempeño laboral en otras instituciones públicas.

REFERENCIAS

- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Tercera Ed. Bogotá: Pearson. Recuperado de https://www.academia.edu/42188286/Metodologia_de_la_investigacion_Cesar_Bernal
- Berrocal, N., Núñez, M., Orosco, J., Llaque, P. y Lizana, M. (2020). Casos confirmados y mortalidad por Covid-19 en Sudamérica: un análisis comparativo por millón de habitantes. *Puriq*, 2(3), 308-327. Recuperado de <https://www.revistas.unah.edu.pe/index.php/puriq/article/view/95/207>
- Bolaños, R. y Fernández, J. (2020). *Cómo la pandemia cambió las estrategias de negocios en las empresas*. Prensa Libre. Guatemala. Recuperado de <https://www.prensalibre.com/economia/como-la-pandemia-cambio-la-estrategia-de-negocio-en-las-empresas-y-los-salarios-de-sus-ejecutivos/>
- Borja, M. y Lagos, F. (2018). *Sistematización de la función comercial*. Primera Ed. Coruña, España.
- Brown, D. (2015). *El concepto de servicio al cliente*. Recuperado de http://www.ehowenespanol.com/concepto-servicio-clientesobre_84222/
- Buenaño, P. (2018). *Gestión organizacional para el mejoramiento del desempeño laboral en el “Comercial Agrícola Buenagro” del cantón Mocache*. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/11387/1/TUQEXCOMA_DM004-2018.pdf
- Carrasco, S. (2017). *Evaluación comparativa de la calidad de servicio que ofrece el área de atención de reclamos del Banco de la Nación – oficina principal de Chiclayo, entre los años 2014 y 2015*. (Tesis de Licenciatura) Recuperado de http://54.165.197.99/bitstream/20.500.12423/987/1/TL_CarrascoPerezSilviaStefany.pdf.pdf
- Carrasco, S. (2015) *Metodología de la investigación científica: Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Universidad César Vallejo. Lima, Perú. Recuperado de <https://es.slideshare.net/marelycontrerasvillanueva/resumen-proy-de-investigacin-segn-carrasco-d>

- Chacón, P. (2018). *Gestión directiva y desempeño laboral en el personal de la Oficina Departamental de Estadística e Informática en la Región Ucayali – 2018*. (Tesis de Maestría). Recuperado de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26228/chacon_cp.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Diario Correo (2021). *Advierten presunto hostigamiento laboral en la empresa prestadora de servicios SEDALIB*. Nota de prensa. Perú. Recuperado de: <https://diariocorreo.pe/edicion/la-libertad/trujillo-advierten-presunto-hostigamiento-laboral-en-sedalib-noticia/?ref=dcr>
- Diario La República (2020). *Solo el 24% de los peruanos son felices en sus trabajos*. Nota de prensa. Perú. Recuperado de: <https://larepublica.pe/economia/2020/01/25/empleo-solo-el-24-de-los-peruanos-son-felices-en-su-trabajo/>
- Dzull, M., Mejía, U., Silva, J., Mendoza, L. (2011). *Diseño no experimental*. México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Recuperado de <https://es.slideshare.net/SinuheUlises/no-experimental>
- Fischer L. & Espejo J. (2011). *Mercadotecnia*. Cuarta Ed. México D.F: Paraninfo.
- Gálvez, D. (2018). *Desempeño laboral del personal de la oficina de trámite documentario y la satisfacción de los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local – Chota, 2018*. (Tesis de Maestría). Recuperado de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/25159/galvez_sd.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Guerrero, A. (2014). *Gestión del talento humano basado en competencias*. México: Universidad Autónoma de Querétaro.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Sexta Ed. México, D.F.: McGraw Hill Interamericana. Recuperado de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Herrero J. (2016). *Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa*. Madrid: ESIC.

- Huayhua, R. y Quincho, W. (2017). *Análisis de las estrategias comerciales utilizadas por las PYMES del sector textil, del emporio comercial de Gamarra, de la línea de ropa para damas y caballeros con el fin de afrontar la competencia del mercado, y el impacto en su gestión comercial.* (Tesis de Licenciatura). Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/622663/huayhua_sr.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Kotler, F. y Armstrong G. (2014). *Estrategias de marketing impulsadas por el cliente, creación de valor para los clientes meta: Fundamentos de Marketing.* Onceava Ed. México, D.F.: McGrawHill Interamericana.
- León, J., y Corozo, D. (2017). *Mejora al proceso de gestión comercial en la empresa Fomentcorp, S.A.* (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/reduq/19730/1/Tesis%20Mejora%20al%20proceso%20de%20gesti%c3%b3n%20comercial%20en%20la%20empr esa%20fomentcorp%20S.pdf>
- León, R., Tejada, E., & Yataco, M. (2003). *Las organizaciones inteligentes.* Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Marroquín, R. (2014). *Metodología de la investigación.* Lima: Publicaciones de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. Recuperado de http://www.une.edu.pe/Sesion04-Metodologia_de_la_investigacion.pdf
- McCarthy E. J. & Perreault W. (2015). *Marketing: Un enfoque global.* México, D.F.: Paraninfo.
- Medina, S. (2017). *Desempeño laboral del personal administrativo nombrado de la Municipalidad Provincial del Santa, Chimbote, 2017.* (Tesis de Maestría). Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12001/medina_cs.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Nureña, R. (2019). *Cultura organizacional y desempeño laboral en el área de ventas, 2010- 2019.* (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23720/Nure%c3%b1a%20Alva%20Rosa%20Isabel.pdf?sequence=7&isAllowed=y>

- Ponce, J. (2017). La gestión comercial y su influencia en el crecimiento de las PYMES hoteleras de Manabí. *Revista ECA Sinergia*, 8(2), 54-68. Recuperado de <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/865/956>
- Pontificia Universidad Católica del Perú. (2018). Perú sube 5 posiciones en Ranking Mundial de Talento 2018. *Revista Gan@Mas*. Recuperado de: <https://revistaganamas.com.pe/peru-sube-5-posiciones-en-ranking-mundial-del-talento-2018/>
- Reyna, C. (2020). *Sistema de información integral para optimizar la gestión comercial de SEDALIB, 2020*. (Tesis de Maestría). Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/48456/Reyna_GCME-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rodríguez, B. (2019). *Gestión de calidad de los servicios para mejorar el desempeño laboral en el Hotel Riobamba Inn de la ciudad de Riobamba*. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5517/1/UNACH-EC-ING-GEST-TUR-2019-0021.pdf>
- Salazar, R., Bejarano, B. y Núñez, Y. (2018). Las competencias gerenciales y el desempeño laboral: un estudio descriptivo de corte transeccional aplicado a las autoridades de las Instituciones Estatales de Educación Superior del Cantón Ambato. *Publicando*, 5(14), 259-274. Disponible en: <https://core.ac.uk/download/pdf/236645107.pdf>
- Sum, I. (2015). *Motivación y desempeño laboral*. Quetzaltenango. Guatemala: Facultad de Ciencias y Humanidades. Universidad Rafael Landívar.
- Soto, B. (2015). *Cómo mejorar la atención al cliente*. Gestión.org. Disponible en: <https://www.gestion.org/como-mejorar-la-atencion-al-cliente/>
- Santamaría, C. (2018). *Implementación de un sistema web adaptativo para apoyar en la gestión comercial utilizando el método de costo promedio en la empresa Ferrotumi, S.A.C.* (Tesis de Licenciatura). Recuperado de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1309/1/TL_SantamariaVilchezCarlos.pdf.pdf
- Varela, A. (2015). Lengua escrita y atención al cliente. *Revista de Investigación Lingüística*, 18(2), 129-162. Recuperado de <https://revistas.um.es/ril/article/view/246961/186951>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

Título: Gestión comercial y el desempeño laboral en el marco del covid-19 de la empresa SEDALIB, S.A. Trujillo, 2020

Problema	Objetivos	Hipótesis	Operacionalización			Metodología
			Variables	Dimensiones	Indicadores	
<p>Problema General</p> <p>¿Existe relación entre la gestión comercial y el desempeño laboral en el marco del covid-19 de la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020?</p>	<p>Objetivo General:</p> <p>Determinar la relación entre la gestión comercial y el desempeño laboral en el marco del covid-19 de la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>La gestión comercial se relaciona de manera significativa y positiva con el desempeño laboral en el marco del covid-19 de la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020</p>	<p>Estrategias Comerciales</p>	<p>Atención al usuario</p>	<p>- Formulación de objetivos. - Programación de actividades. - Metas Institucionales.</p>	<p>Tipo de investigación: Según del fin que persigue: Básica</p>
<p>Problemas Específicos:</p> <p>¿Existe relación entre las estrategias comerciales y el desempeño laboral en el marco del covid-19 de la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020?</p>	<p>Objetivos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Determinar la relación entre las estrategias comerciales y el desempeño laboral en el marco del covid-19 de la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020 Determinar la relación entre la atención al usuario y el desempeño laboral en el marco del covid-19 de la empresa 	<p>Hipótesis Específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Las estrategias comerciales se relacionan de manera significativa y positiva con el desempeño laboral en el marco del covid-19 de la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020 La atención al usuario se relaciona de manera significativa y positiva con el desempeño laboral en el marco del covid-19 de la 	<p>Gestión Comercial</p>	<p>Gestión de reclamos</p>	<p>- Diseño y aplicación de políticas. - Elementos tangibles e intangibles. - Confiabilidad. - Capacidad de respuesta. - Cantidad de reclamos. - Reclamos fundados. - Respuesta a reclamos.</p>	<p>Diseño de investigación: No experimental - transversal.</p> <p>Nivel de la investigación: Descriptiva - correlacional.</p>
<p>¿Existe relación entre la atención al usuario y el desempeño laboral en el marco del covid-19 de la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020?</p>			<p>Desempeño Laboral</p>	<p>Motivación</p> <p>Iniciativa laboral</p> <p>Trabajo en equipo</p>	<p>- Niveles de confianza - Trabajador oportuno - Seguridad - Seguimiento de procesos - Proceso de atención - Iniciativa propia - Coordinación - Comunicación</p>	<p>Población: 80 trabajadores de la empresa SEDALIB S.A.</p> <p>Muestra: 80 trabajadores de la empresa SEDALIB S.A.</p> <p>Técnicas de medición: Encuesta</p> <p>Instrumentos de medición: Cuestionario</p>

¿Existe relación entre la gestión de reclamos y desempeño laboral en el marco del covid-19 de la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020?

SEDALIB S.A. Trujillo,2020
• Determinar la relación entre la gestión de reclamos y desempeño laboral en el marco del covid-19 de la empresa SEDALIB S.A. Trujillo,2020

empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020
• La gestión de reclamos se relaciona de manera significativa y positiva con el desempeño laboral en el marco del covid-19 de la empresa SEDALIB S.A. Trujillo, 2020

Trabajo por resultados

- Evaluación de los resultados logrados
- Esfuerzos por objetivos
- Cumplimiento de metas

Técnicas de análisis de datos:
Estadística descriptiva.
Estadística inferencial.

Anexo 2. Cuestionario

Opciones de respuesta:

1= Nunca (N)

2 = A veces (AV)

3 = Regularmente (R)

4 = Frecuentemente (F)

5 = Siempre (S)

PREGUNTAS (Gestión comercial)		ESCALA DE VALORACION				
		1	2	3	4	5
		N	AV	R	F	S
Estrategias comerciales						
1	¿En la gestión comercial de la empresa formulan adecuadamente los objetivos organizacionales?					
2	¿En la empresa trabajan basándose en los objetivos organizacionales propuestos?					
3	¿En la empresa se cumplen los objetivos organizacionales?					
4	¿Las personas encargadas de la gestión comercial hacen una adecuada programación de las actividades que deben hacer los empleados?					
5	¿En la gestión comercial hay una supervisión adecuada de la programación de actividades?					
6	¿En la empresa se trabaja en base a las actividades que han sido programadas por la gestión comercial?					
7	¿Se cumplen con las actividades programadas por la gestión comercial?					
8	¿En la gestión comercial se plantean metas de manera adecuada?					
9	¿Las indicaciones recibidas por la gestión comercial son en base a las metas propuestas en la empresa?					
10	¿Hay supervisión por parte de la gestión comercial del cumplimiento de metas institucionales?					
Atención al usuario						
11	¿La gestión comercial diseña políticas para atender a los usuarios?					
12	¿En la empresa se trabaja en base a políticas para la atención al usuario diseñadas por la gestión comercial?					
13	¿Considera que las políticas diseñadas para la atención al usuario son adecuadas?					
14	¿Existe una buena recepción de los usuarios del servicio que se ofrece?					

15	¿Considera que el servicio que realmente recibe el usuario es el que se ofrece?					
16	¿Considera que la gestión comercial de la empresa brinda confianza a los usuarios?					
17	¿Considera que los usuarios confían en la empresa?					
18	¿En el área comercial se responde a las verdaderas necesidades de los usuarios en cuanto al servicio?					
19	¿Existe una respuesta oportuna en la atención a los usuarios?					
20	¿La respuesta a las necesidades de los usuarios se da de manera rápida?					
Gestión de reclamos						
21	¿Con qué frecuencia se presentan reclamos por parte de los usuarios?					
22	¿Con qué frecuencia los reclamos de los usuarios son con fundamento?					
23	¿Con qué frecuencia el usuario tiene la razón cuando hace un reclamo?					
24	¿Considera que en la gestión comercial se da respuesta a los reclamos de los usuarios?					
25	¿Considera que la respuesta brindada a los reclamos es adecuada?					
26	¿Considera que la respuesta brindada a los reclamos es rápida?					

PREGUNTAS (Desempeño laboral)		ESCALA DE VALORACION				
		1	2	3	4	5
		N	AV	R	F	S
Motivación						
27	¿Se siente motivado con el trabajo que realiza?					
28	¿Se siente entusiasmado con el trabajo que realiza?					
29	¿Considera que realiza su trabajo de manera oportuna?					
30	¿Usted se interesa por realizar su trabajo de manera oportuna?					
31	¿Usted se siente seguro del trabajo que realiza?					
32	¿Siente plena seguridad del servicio que ofrece?					
33	¿Usted realiza su trabajo siguiendo los procesos establecidos por la empresa?					
Iniciativa laboral						
34	¿Usted se interesa por realizar sus labores de acuerdo a los procedimientos?					
35	¿Usted se esfuerza por realizar el proceso de atención de manera adecuada?					
36	¿Usted cumple con sus labores en el tiempo establecido?					
37	¿Usted tiene iniciativa para el ejercicio de sus funciones de la mejor manera?					

38	¿Usted busca las formas para agilizar los procesos que le competen?					
Trabajo en equipo						
39	¿Coordinan de manera activa los compañeros la mejor forma para realizar el trabajo?					
40	¿Entre compañeros se distribuyen el trabajo para realizarlo de mejor manera?					
41	¿Entre compañeros ponen en práctica las buenas relaciones laborales?					
42	¿Usted se comunica con sus compañeros para propiciar el trabajo en equipo para realizar el trabajo de mejor manera?					
43	¿Usted informa de manera oportuna a sus superiores el trabajo realizado y los resultados obtenidos?					
Trabajo por resultados						
44	¿Usted propicia reuniones para evaluar los resultados que se lograron y los que no con sus compañeros?					
45	¿Usted se esfuerza por obtener resultados positivos en sus labores?					
46	¿Usted cumple con las metas que demanda su trabajo?					

Anexo 3. Validación de expertos



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA GESTIÓN COMERCIAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION 1: Estrategias comerciales		Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿En la gestión comercial de la empresa formulan adecuadamente los objetivos organizacionales?	x		x		X		
2	¿En la empresa trabajan basándose en los objetivos organizacionales propuestos?	X		X		X		
3	¿En la empresa se cumplen los objetivos organizacionales?	X		X		X		
4	¿Las personas encargadas de la gestión comercial hacen una adecuada programación de las actividades que deben hacer los empleados?	X		X		X		
5	¿En la gestión comercial hay una supervisión adecuada de la programación de actividades?	X		X		X		
6	¿En la empresa se trabaja en base a las actividades que han sido programadas por la gestión comercial?	X		X		X		
7	¿Se cumplen con las actividades programadas por la gestión comercial?	X		X		X		
8	¿En la gestión comercial se plantean metas de manera adecuada?	X		X		X		
9	¿Las indicaciones recibidas por la gestión comercial son en base a las metas propuestas en la empresa?	X		X		X		
10	¿Hay supervisión por parte de la gestión comercial del cumplimiento de metas institucionales?	X		X		x		
DIMENSION 2: Atención al usuario		Si	No	Si	No	Si	No	
11	¿La gestión comercial diseña políticas para atender a los usuarios?	X		x		X		
12	¿En la empresa se trabaja en base a políticas para la atención al usuario diseñadas por la gestión comercial?	X		x		X		
13	¿Considera que las políticas diseñadas para la atención al usuario son adecuadas?	X		X		X		
14	¿Existe una buena recepción de los usuarios del servicio que se ofrece?	X		X		X		
15	¿Considera que el servicio que realmente recibe el usuario es el que se ofrece?	X		X		X		
16	¿Considera que la gestión comercial de la empresa brinda confianza a los usuarios?	X		X		X		
17	¿Considera que los usuarios confían en la empresa?	X		X		X		
18	¿En el área comercial se responde a las verdaderas necesidades de los usuarios en cuanto al servicio?	X		X		X		
19	¿Existe una respuesta oportuna en la atención a los usuarios?	X		X		X		
20	¿La respuesta a las necesidades de los usuarios se da de manera rápida?	x		X		X		
DIMENSION 3: Gestión de reclamos		Si	No	Si	No	Si	No	
21	¿Con qué frecuencia se presentan reclamos por parte de los usuarios?	x		x		X		
22	¿Con qué frecuencia los reclamos de los usuarios son con fundamento?	X		x		x		
23	¿Con qué frecuencia el usuario tiene la razón cuando hace un reclamo?	Si	No	Si	No	Si	No	
24	¿Considera que en la gestión comercial se da respuesta a los reclamos de los usuarios?	X		x		X		
25	¿Considera que la respuesta brindada a los reclamos es adecuada?	X		x		x		
26	¿Considera que la respuesta brindada a los reclamos es rápida?	Si	No	Si	No	Si	No	

Observaciones (precisar si hay
suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg. Marchena Rosales Gabriela Licet DNI: 42626755

Especialidad del validador: Gestión Pública

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

12 de junio del 2021



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA GESTIÓN COMERCIAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Estrategias comerciales							
1	¿En la gestión comercial de la empresa formulan adecuadamente los objetivos organizacionales?	x		x		X		
2	¿En la empresa trabajan basándose en los objetivos organizacionales propuestos?	X		X		X		
3	¿En la empresa se cumplen los objetivos organizacionales?	X		X		X		
4	¿Las personas encargadas de la gestión comercial hacen una adecuada programación de las actividades que deben hacer los empleados?	X		X		X		
5	¿En la gestión comercial hay una supervisión adecuada de la programación de actividades?	X		X		X		
6	¿En la empresa se trabaja en base a las actividades que han sido programadas por la gestión comercial?	X		X		X		
7	¿Se cumplen con las actividades programadas por la gestión comercial?	X		X		X		
8	¿En la gestión comercial se plantean metas de manera adecuada?	X		X		X		
9	¿Las indicaciones recibidas por la gestión comercial son en base a las metas propuestas en la empresa?	X		X		X		
10	¿Hay supervisión por parte de la gestión comercial del cumplimiento de metas institucionales?	X		X		x		
	DIMENSIÓN 2: Atención al usuario							
11	¿La gestión comercial diseña políticas para atender a los usuarios?	X		x		X		
12	¿En la empresa se trabaja en base a políticas para la atención al usuario diseñadas por la gestión comercial?	X		x		X		
13	¿Considera que las políticas diseñadas para la atención al usuario son adecuadas?	X		X		X		
14	¿Existe una buena recepción de los usuarios del servicio que se ofrece?	X		X		X		
15	¿Considera que el servicio que realmente recibe el usuario es el que se ofrece?	X		X		X		
16	¿Considera que la gestión comercial de la empresa brinda confianza a los usuarios?	X		X		X		
17	¿Considera que los usuarios confían en la empresa?	X		X		X		
18	¿En el área comercial se responde a las verdaderas necesidades de los usuarios en cuanto al servicio?	X		X		X		
19	¿Existe una respuesta oportuna en la atención a los usuarios?	X		X		X		
20	¿La respuesta a las necesidades de los usuarios se da de manera rápida?	x		X		X		
	DIMENSIÓN 3: Gestión de reclamos							
21	¿Con qué frecuencia se presentan reclamos por parte de los usuarios?	x		x		X		
22	¿Con qué frecuencia los reclamos de los usuarios son con fundamento?	X		x		x		
23	¿Con qué frecuencia el usuario tiene la razón cuando hace un reclamo?	Si	No	Si	No	Si	No	
24	¿Considera que en la gestión comercial se da respuesta a los reclamos de los usuarios?	X		x		X		
25	¿Considera que la respuesta brindada a los reclamos es adecuada?	X		x		x		
26	¿Considera que la respuesta brindada a los reclamos es rápida?	Si	No	Si	No	Si	No	

Observaciones (precisar si hay
suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: Contreras Ramos Wilder Denys DNI: 71459774

Especialidad del validador: Administración

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

02 de Junio del 2021



Firma del Experto Informante.



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA GESTIÓN COMERCIAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Estrategias comerciales							
1	¿En la gestión comercial de la empresa formulan adecuadamente los objetivos organizacionales?	x		x		X		
2	¿En la empresa trabajan basándose en los objetivos organizacionales propuestos?	X		X		X		
3	¿En la empresa se cumplen los objetivos organizacionales?	X		X		X		
4	¿Las personas encargadas de la gestión comercial hacen una adecuada programación de las actividades que deben hacer los empleados?	X		X		X		
5	¿En la gestión comercial hay una supervisión adecuada de la programación de actividades?	X		X		X		
6	¿En la empresa se trabaja en base a las actividades que han sido programadas por la gestión comercial?	X		X		X		
7	¿Se cumplen con las actividades programadas por la gestión comercial?	X		X		X		
8	¿En la gestión comercial se plantean metas de manera adecuada?	X		X		X		
9	¿Las indicaciones recibidas por la gestión comercial son en base a las metas propuestas en la empresa?	X		X		X		
10	¿Hay supervisión por parte de la gestión comercial del cumplimiento de metas institucionales?	X		X		x		
	DIMENSIÓN 2: Atención al usuario	Si	No	Si	No	Si	No	
11	¿La gestión comercial diseña políticas para atender a los usuarios?	X		x		X		
12	¿En la empresa se trabaja en base a políticas para la atención al usuario diseñadas por la gestión comercial?	X		x		X		
13	¿Considera que las políticas diseñadas para la atención al usuario son adecuadas?	X		X		X		
14	¿Existe una buena recepción de los usuarios del servicio que se ofrece?	X		X		X		
15	¿Considera que el servicio que realmente recibe el usuario es el que se ofrece?	X		X		X		
16	¿Considera que la gestión comercial de la empresa brinda confianza a los usuarios?	X		X		X		
17	¿Considera que los usuarios confían en la empresa?	X		X		X		
18	¿En el área comercial se responde a las verdaderas necesidades de los usuarios en cuanto al servicio?	X		X		X		
19	¿Existe una respuesta oportuna en la atención a los usuarios?	X		X		X		
20	¿La respuesta a las necesidades de los usuarios se da de manera rápida?	x		X		X		
	DIMENSIÓN 3: Gestión de reclamos	Si	No	Si	No	Si	No	
21	¿Con qué frecuencia se presentan reclamos por parte de los usuarios?	x		x		X		
22	¿Con qué frecuencia los reclamos de los usuarios son con fundamento?	X		x		x		
23	¿Con qué frecuencia el usuario tiene la razón cuando hace un reclamo?	Si	No	Si	No	Si	No	
24	¿Considera que en la gestión comercial se da respuesta a los reclamos de los usuarios?	X		x		X		
25	¿Considera que la respuesta brindada a los reclamos es adecuada?	X		x		x		
26	¿Considera que la respuesta brindada a los reclamos es rápida?	Si	No	Si	No	Si	No	

Observaciones (precisar si hay
suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: Alcántara Ortiz Fátima Natali DNI: 71459774

Especialidad del validador: Gestión Pública

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

02 de junio del 2021



Firma del Experto Informante.



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL DESEMPEÑO LABORAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Motivación							
1	¿Se siente motivado con el trabajo que realiza?	X		x		x		
2	¿Se siente entusiasmado con el trabajo que realiza?	X		X		X		
3	¿Considera que realiza su trabajo de manera oportuna?	X		X		X		
4	¿Usted se interesa por realizar su trabajo de manera oportuna?	X		X		X		
5	¿Usted se siente seguro del trabajo que realiza?	X		X		X		
6	¿Siente plena seguridad del servicio que ofrece?	X		X		X		
7	¿Usted realiza su trabajo siguiendo los procesos establecidos por la empresa?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Iniciativa laboral	Si	No	Si	No	Si	No	
8	¿Usted se interesa por realizar sus labores de acuerdo a los procedimientos?	X		X		X		
9	¿Usted se esfuerza por realizar el proceso de atención de manera adecuada?	X		X		X		
10	¿Usted cumple con sus labores en el tiempo establecido?	X		X		X		
11	¿Usted tiene iniciativa para el ejercicio de sus funciones de la mejor manera?	X		X		X		
12	¿Usted busca las formas para agilizar los procesos que le competen?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: Trabajo en equipo							
13	¿Coordinan de manera activa los compañeros la mejor forma para realizar el trabajo?	X		X		X		
14	¿Entre compañeros se distribuyen el trabajo para realizarlo de mejor manera?	X		X		X		
15	¿Entre compañeros ponen en práctica las buenas relaciones laborales?	X		X		X		
16	¿Usted se comunica con sus compañeros para propiciar el trabajo en equipo para realizar el trabajo de mejor manera?	X		X		X		
17	¿Usted informa de manera oportuna a sus superiores el trabajo realizado y los resultados obtenidos?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 4: Trabajo por resultados							
18	¿Usted propicia reuniones para evaluar los resultados que se lograron y los que no con sus compañeros?	X		X		X		
19	¿Usted se esfuerza por obtener resultados positivos en sus labores?	X		X		X		
20	¿Usted cumple con las metas que demanda su trabajo?	x		x		X		

Observaciones (precisar si hay
suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg. Marchena Rosales Gabriela Licet DNI: 42626755

Especialidad del validador: Gestión Pública

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

12 de junio del 2021



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL DESEMPEÑO LABORAL

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSION 1: Motivación							
1	¿Se siente motivado con el trabajo que realiza?	X		x		x		
2	¿Se siente entusiasmado con el trabajo que realiza?	X		X		X		
3	¿Considera que realiza su trabajo de manera oportuna?	X		X		X		
4	¿Usted se interesa por realizar su trabajo de manera oportuna?	X		X		X		
5	¿Usted se siente seguro del trabajo que realiza?	X		X		X		
6	¿Siente plena seguridad del servicio que ofrece?	X		X		X		
7	¿Usted realiza su trabajo siguiendo los procesos establecidos por la empresa?	X		X		X		
	DIMENSION 2: Iniciativa laboral							
8	¿Usted se interesa por realizar sus labores de acuerdo a los procedimientos?	X		X		X		
9	¿Usted se esfuerza por realizar el proceso de atención de manera adecuada?	X		X		X		
10	¿Usted cumple con sus labores en el tiempo establecido?	X		X		X		
11	¿Usted tiene iniciativa para el ejercicio de sus funciones de la mejor manera?	X		X		X		
12	¿Usted busca las formas para agilizar los procesos que le competen?	X		X		X		
	DIMENSION 3: Trabajo en equipo							
13	¿Coordinan de manera activa los compañeros la mejor forma para realizar el trabajo?	X		X		X		
14	¿Entre compañeros se distribuyen el trabajo para realizarlo de mejor manera?	X		X		X		
15	¿Entre compañeros ponen en práctica las buenas relaciones laborales?	X		X		X		
16	¿Usted se comunica con sus compañeros para propiciar el trabajo en equipo para realizar el trabajo de mejor manera?	X		X		X		
17	¿Usted informa de manera oportuna a sus superiores el trabajo realizado y los resultados obtenidos?	X		X		X		
	DIMENSION 4: Trabajo por resultados							
18	¿Usted propicia reuniones para evaluar los resultados que se lograron y los que no con sus compañeros?	X		X		X		
19	¿Usted se esfuerza por obtener resultados positivos en sus labores?	X		X		X		
20	¿Usted cumple con las metas que demanda su trabajo?	x		x		X		

Observaciones (precisar si hay
suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: Contreras Ramos Wilder Denys DNI: 71459774

Especialidad del validador: Administración

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

02 de Junio del 2021



Firma del Experto Informante.



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL DESEMPEÑO LABORAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSION 1: Motivación							
1	¿Se siente motivado con el trabajo que realiza?	X		x		x		
2	¿Se siente entusiasmado con el trabajo que realiza?	X		X		X		
3	¿Considera que realiza su trabajo de manera oportuna?	X		X		X		
4	¿Usted se interesa por realizar su trabajo de manera oportuna?	X		X		X		
5	¿Usted se siente seguro del trabajo que realiza?	X		X		X		
6	¿Siente plena seguridad del servicio que ofrece?	X		X		X		
7	¿Usted realiza su trabajo siguiendo los procesos establecidos por la empresa?	X		X		X		
	DIMENSION 2: Iniciativa laboral							
8	¿Usted se interesa por realizar sus labores de acuerdo a los procedimientos?	X		X		X		
9	¿Usted se esfuerza por realizar el proceso de atención de manera adecuada?	X		X		X		
10	¿Usted cumple con sus labores en el tiempo establecido?	X		X		X		
11	¿Usted tiene iniciativa para el ejercicio de sus funciones de la mejor manera?	X		X		X		
12	¿Usted busca las formas para agilizar los procesos que le competen?	X		X		X		
	DIMENSION 3: Trabajo en equipo							
13	¿Coordinan de manera activa los compañeros la mejor forma para realizar el trabajo?	X		X		X		
14	¿Entre compañeros se distribuyen el trabajo para realizarlo de mejor manera?	X		X		X		
15	¿Entre compañeros ponen en práctica las buenas relaciones laborales?	X		X		X		
16	¿Usted se comunica con sus compañeros para propiciar el trabajo en equipo para realizar el trabajo de mejor manera?	X		X		X		
17	¿Usted informa de manera oportuna a sus superiores el trabajo realizado y los resultados obtenidos?	X		X		X		
	DIMENSION 4: Trabajo por resultados							
18	¿Usted propicia reuniones para evaluar los resultados que se lograron y los que no con sus compañeros?	X		X		X		
19	¿Usted se esfuerza por obtener resultados positivos en sus labores?	X		X		X		
20	¿Usted cumple con las metas que demanda su trabajo?	x		x		X		

Observaciones (precisar si hay
suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: Alcántara Ortiz Fátima Natali DNI: 71459774

Especialidad del validador: Gestión Pública

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

02 de junio del 2021



Firma del Experto Informante.

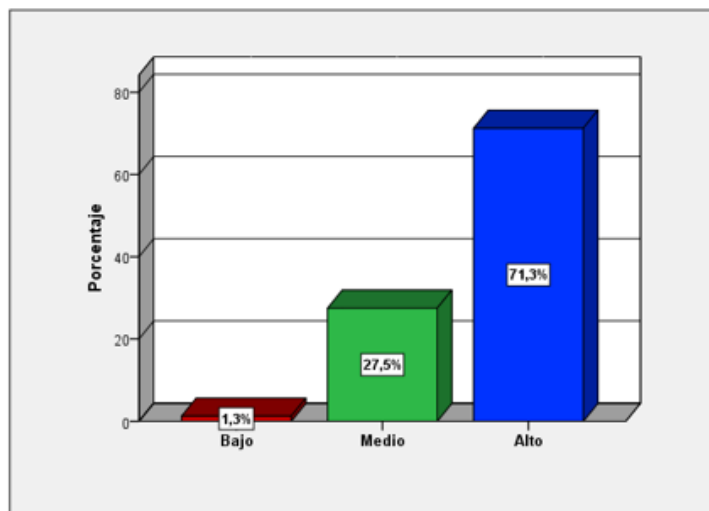
Anexo 4. Operacionalización de la variable gestión comercial

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valoración
Gestión comercial	Estrategias comerciales	- Formulación de objetivos	1, 2, 3	(1) = Nunca
		- Programación de actividades	4, 5, 6, 7	(2) = Casi nunca
		- Metas institucionales	8, 9, 10	
	Atención al usuario	- Diseño y aplicación de políticas	11, 12, 13	(3) = A veces
		- Elementos tangibles e intangibles	14, 15	(4) = Casi siempre
		- Confiabilidad	16, 17	
Gestión de reclamos	- Capacidad de respuesta	18, 19, 20	(5) = Siempre	
	- Cantidad de reclamos	21	Ítems inversos: 21, 22, 23	
	- Reclamos fundados	22, 23		
- Respuesta a reclamos	24, 25, 26			

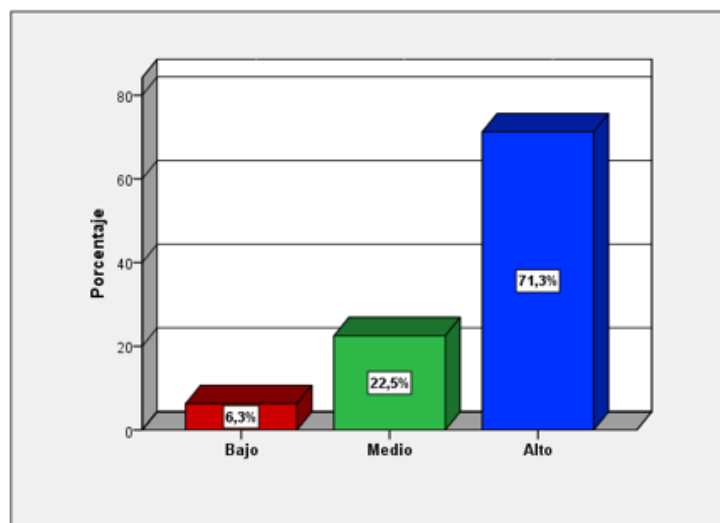
Anexo 5. Operacionalización de la variable desempeño laboral

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valoración
Desempeño laboral	Motivación	- Niveles de confianza	27, 28	(1) = Nunca (2) = Casi nunca (3) = A veces (4) = Casi siempre (5) = Siempre
		- Trabajador oportuno	29, 30	
	- Seguridad	31, 32		
	- Seguimiento de procesos	33		
	Iniciativa laboral	- Proceso de atención - Iniciativa propia	3, 35, 36 37, 38	
Trabajo en equipo	- Coordinación - Comunicación	39, 40 41, 43, 43		
Trabajo por resultados	- Evaluación de los resultados logrados - Esfuerzos por objetivos - Cumplimiento de metas	44 45 46		

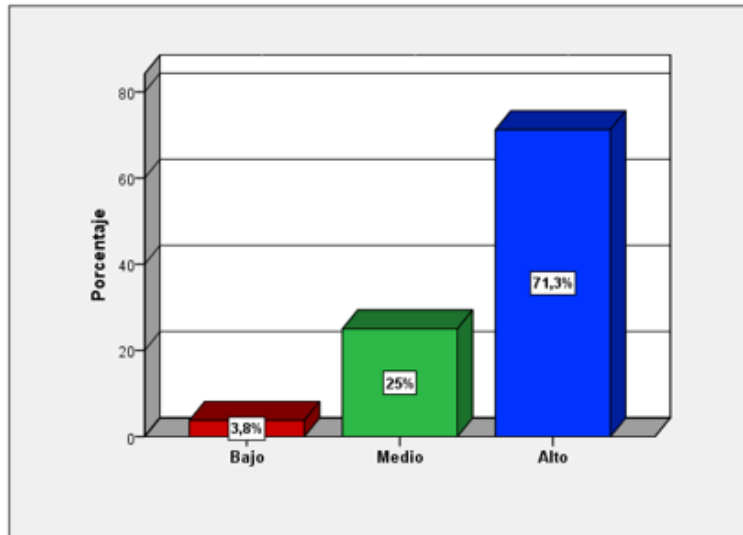
Anexo 6. Gráficos de barra de los resultados descriptivos



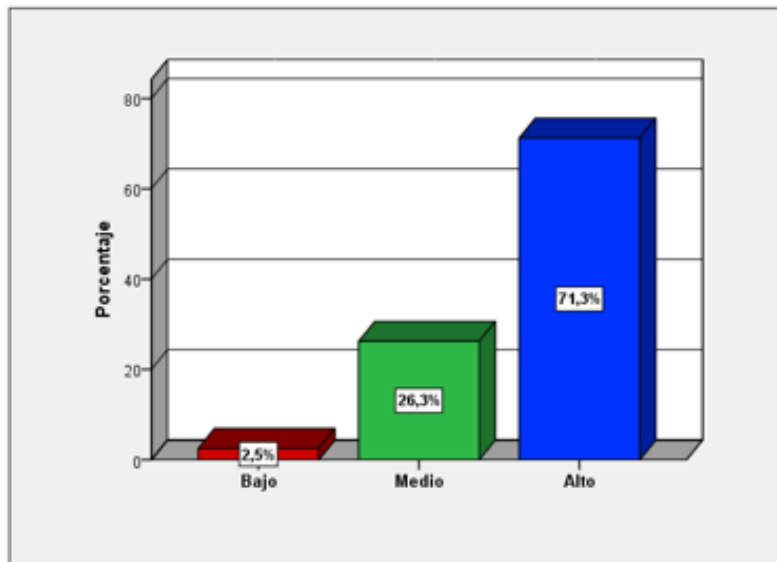
Resultados descriptivos de la variable gestión comercial
Fuente: Datos tomados de la tabla 1



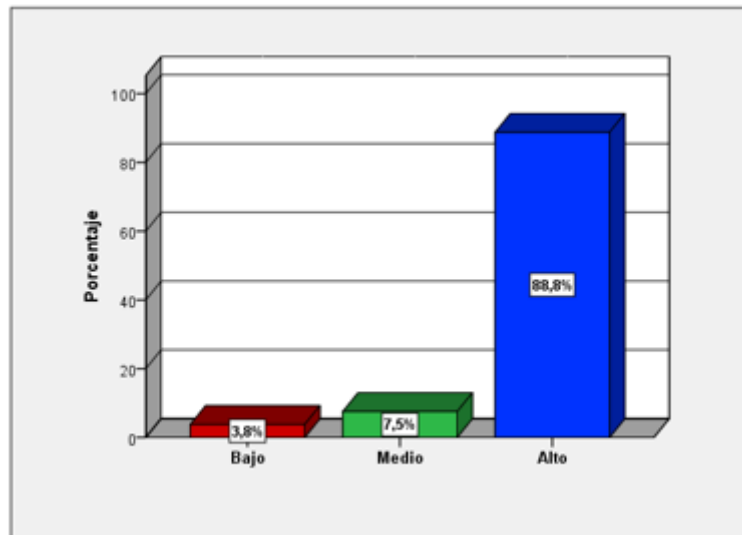
Resultado descriptivo de la dimensión estrategias comerciales
Fuente: Datos tomados de la tabla 2



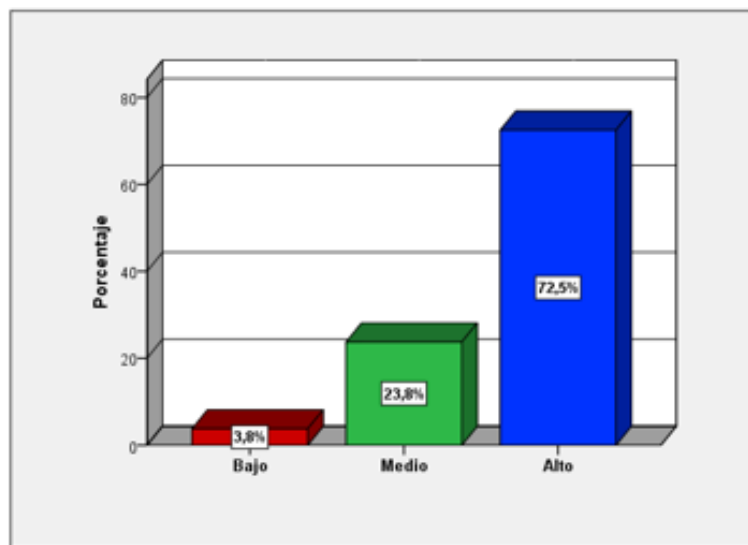
Resultado descriptivo de la dimensión atención al usuario
Fuente: Datos tomados de la tabla 3



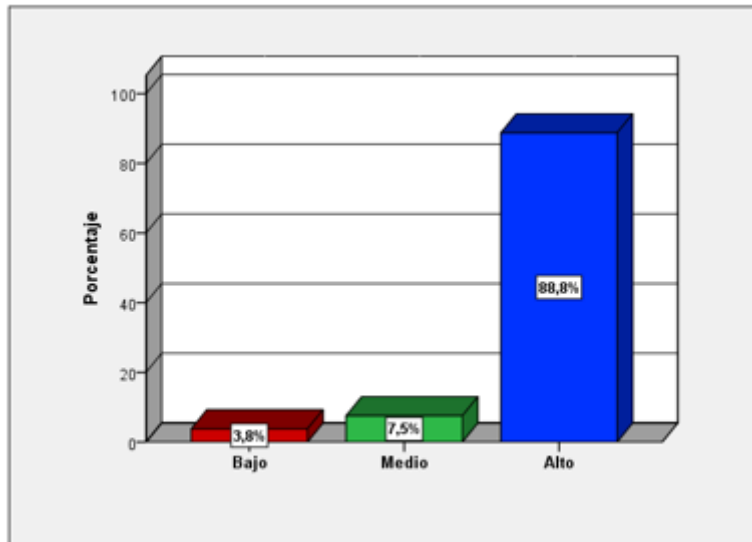
Resultado descriptivo de la dimensión gestión de reclamos
Fuente: Datos tomados de la tabla 4



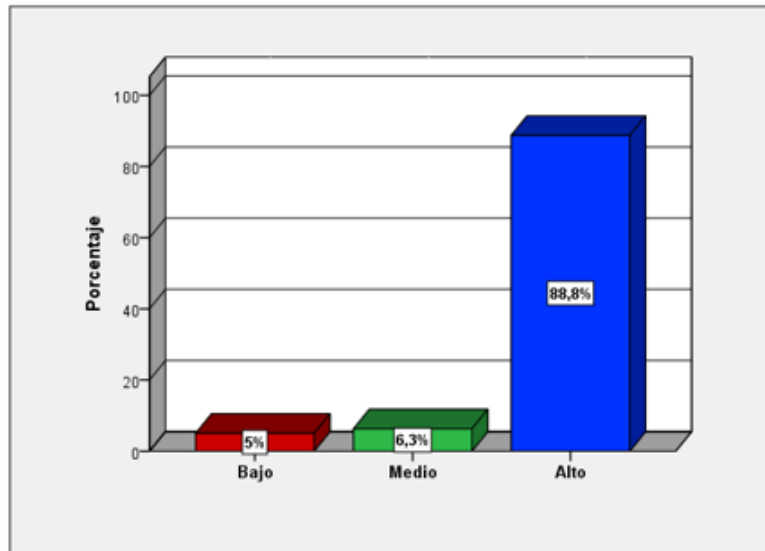
Resultado descriptivo de la variable desempeño laboral
Fuente: Datos tomados de la tabla 5



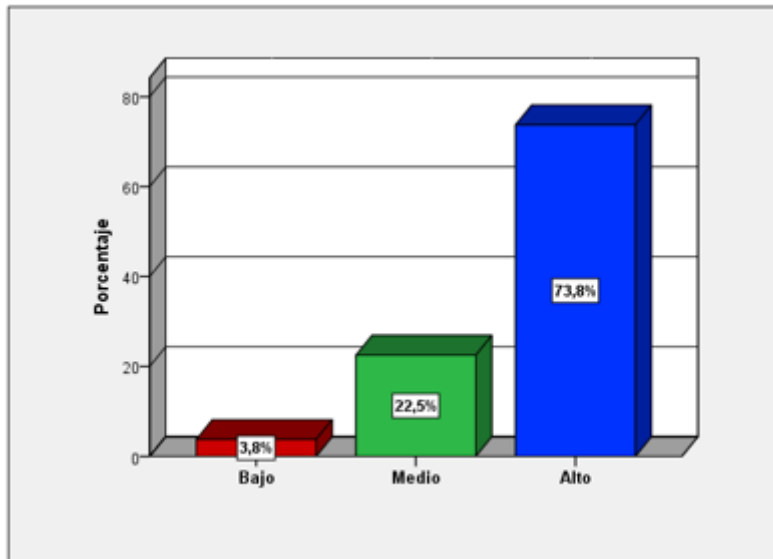
Resultado descriptivo de la dimensión motivación
Fuente: Datos tomados de la tabla 6



Resultado descriptivo de la dimensión iniciativa laboral
Fuente: Datos tomados de la tabla 7



Resultado descriptivo de la dimensión trabajo en equipo
Fuente: Datos tomados de la tabla 8



Resultado descriptivo de la dimensión trabajo por resultados
Fuente: Datos tomados de la tabla 9

Anexo 7. Pruebas de normalidad

Resumen de prueba de hipótesis

	Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
1	La distribución de Estrategias Comerciales es normal con la media 2,65 y la desviación estándar 0,597.	Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra	,000 ¹	Rechazar la hipótesis nula.
2	La distribución de Atención Usuario es normal con la media 2,67 y la desviación estándar 0,546.	Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra	,000 ¹	Rechazar la hipótesis nula.
3	La distribución de Gestión Reclamos es normal con la media 2,69 y la desviación estándar 0,518.	Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra	,000 ¹	Rechazar la hipótesis nula.
4	La distribución de Desempeño Laboral es normal con la media 2,85 y la desviación estándar 0,453.	Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra	,000 ¹	Rechazar la hipótesis nula.

Se muestran significaciones asintóticas. El nivel de significación es de ,05

¹Lilliefors corregida

Anexo 8. Confiabilidad de instrumentos

Confiabilidad de instrumento de gestión comercial

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	80	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	80	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,821	26

Fuente: SPSS v. 25

Confiabilidad de instrumento de desempeño laboral

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	80	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	80	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,798	20

Fuente: SPSS v. 25