



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS – MBA**

Gestión del rendimiento en la productividad comercial de una
empresa de telecomunicaciones, Trujillo 2023

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Administración de Negocios – MBA

AUTORA:

Escobedo Valverde, Irina Joceleyn (orcid.org/0009-0003-9043-3597)

ASESORES:

Mtro. Ninatanta Alva, Jorge Humberto (orcid.org/0000-0002-3274-013X)

Mgr. Benites Aliaga, Ricardo Steiman (orcid.org/0000-0002-8819-1651)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y Herramientas Gerenciales

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO - PERÚ

2023

DEDICATORIA

A Dios por su infinito amor y fortaleza que hecho posible estudiar y culminar satisfactoriamente la maestría.

A mi esposo Miguel, por brindarme su apoyo incondicional y motivarme a no rendirme.

A mis hijos Valentina y Miquel, por ser ese motor que me impulsa avanzar y ser mejor persona y ejemplo para ellos.

A mi madre, por ser ese gran referente profesional en mi vida y por estar siempre presente cuando la he necesitado .

La Autora

AGRADECIMIENTO

A los asesores, por sus conocimientos impartidos, que me permitieron culminar satisfactoriamente la tesis.

Al gerente de la empresa de telecomunicaciones, por permitirme realizar la investigación en la entidad.

A los participantes de la investigación, por brindarme parte de su tiempo para la ejecución de la tesis.

La Autora



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, JORGE HUMBERTO NINATANTA ALVA, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis titulada: "Gestión del rendimiento en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023", cuyo autor es ESCOBEDO VALVERDE IRINA JOCELEYN, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 11.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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

TRUJILLO, 20 de Julio del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
JORGE HUMBERTO NINATANTA ALVA DNI: 18189264 ORCID: 0000-0002-3274-013X	Firmado electrónicamente por: JNINATANTAA el 24- 07-2023 11:21:46

Código documento Trilce: TRI - 0603525



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, ESCOBEDO VALVERDE IRINA JOCELEYN estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Gestión del rendimiento en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
IRINA JOCELEYN ESCOBEDO VALVERDE DNI: 40306850 ORCID: 0009-0003-9043-3597	Firmado electrónicamente por: IESCOBEDO el 20-07- 2023 22:29:53

Código documento Trilce: TRI - 0603465

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE LA AUTORA	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA	14
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	14
3.2. Variables y operacionalización	15
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis.....	15
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	16
3.5. Procedimientos.....	17
3.6. Método de análisis de datos.....	18
3.7. Aspectos éticos	18
IV. RESULTADOS	19
V. DISCUSIÓN.....	29
VI. CONCLUSIONES.....	35
VII. RECOMENDACIONES.....	36
REFERENCIAS.....	37
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Nivel de gestión de rendimiento.....	19
Tabla 2 Nivel de las dimensiones de gestión de rendimiento	20
Tabla 3 Nivel de la productividad comercial	21
Tabla 4 Nivel de las dimensiones de la productividad comercial.....	22
Tabla 5 Prueba de normalidad	23
Tabla 6 Gestión de rendimiento en la productividad comercial	24
Tabla 7 Planificación en la productividad comercial	25
Tabla 8 Metas y compromisos en la productividad comercial.....	26
Tabla 9 Seguimiento y evaluación en la productividad comercial.....	27
Tabla 10 Retroalimentación en la productividad comercial.....	28

RESUMEN

Como parte de la mejora continua, las empresas de telecomunicaciones, emplean planes dirigidos a gestionar el rendimiento, buscando evaluar si la productividad se vuelve mucho más efectiva; por tal motivo, se concibe como objetivo general de la investigación, determinar en qué medida influye la gestión de rendimiento en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023. Para ello, se consideró un diseño no experimental, descriptivo – correlacional, de enfoque cuantitativo, con una muestra de 97 colaboradores, y aplicándose el cuestionario de escala Likert. Los resultados indicaron que existe una correlación alta, significativa, positiva y directa, donde el p valor fue 0,000 y el rs fue 0,865**. Concluyendo que, existe influencia de la gestión de rendimiento en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023.

Palabras clave: Gestión de rendimiento, productividad comercial, eficiencia, eficacia, efectividad.

ABSTRACT

As part of continuous improvement, telecommunications companies use plans aimed at managing performance, seeking to assess whether productivity becomes much more effective; For this reason, it is conceived as a general objective of the research, to determine to what extent performance management influences the commercial productivity of a Telecommunications company, Trujillo 2023. For this, a non-experimental, descriptive - correlational design of quantitative approach, with a sample of 97 collaborators, and applying the Likert scale questionnaire. The results indicated that there is a high, significant, positive and direct correlation, where the p value was 0.000 and the rs was 0.865**. Concluding that, there is an influence of performance management on the commercial productivity of a Telecommunications company, Trujillo 2023.

Keywords: Performance management, business productivity, efficiency, efficacy, effectiveness.

I. INTRODUCCIÓN

Las empresas se crean con la finalidad de ser rentables, exitosas y con una visión de crecimiento y hacer conocida su marca a nivel global. Para poder lograr este crecimiento, es necesario llevar a cabo ciertas estrategias y acciones que les permita medir el rendimiento de sus procesos para conseguir resultados productivos y alineados con los objetivos de la empresa. El 48% de los líderes consideran que la planificación de una estrategia es imprescindible para la adecuada productividad comercial, recayendo la responsabilidad en la gestión del rendimiento (Pursell, 2022).

La permanencia de una empresa en el mercado está determinada por la cantidad de ventas que logre mes a mes, sin embargo, las estrategias del marketing mix (producto o servicio, plaza, promoción y precio) no son suficientes para ganar rentabilidad; una de las nuevas estrategias está enfocada a la persona, que son los responsables de supervisar y evaluar lo que ocurre dentro de la empresa, así como contribuir a satisfacer y superar las expectativas de los clientes (Santander, 2022). Las empresas del rubro comercial muchas veces necesitan cierta cantidad de personal de ventas para cumplir objetivos y metas propuestas, por lo que es fundamental contar con colaboradores capacitados en técnicas y habilidades de ventas para lograr una labor eficaz y eficiente. La gestión del talento humano es la clave para un mejor desempeño (Casarotto, 2021).

Cuando se trata de las pequeñas y medianas empresas éstas evidencian, una deficiencia en la gestión interna y dificultad para enfrentar las competencias nacionales e internacionales (Solís y Robalino, 2019). Así mismo, se conoce que la implementación de los sistemas de gestión del rendimiento en las pequeñas y medianas empresas (pymes) presenta dificultades y su éxito es limitado; en consecuencia, si optamos por implementar una herramienta de gestión del rendimiento, esta podría fallar a causa de una mala gestión; por ello, es necesario crear estrategias adecuadas para lograr resultados satisfactorios en la productividad comercial (Jones et al., 2023).

Por otro lado, en la Gestión del Rendimiento (GR), se conoce que los gerentes de primera línea están limitados por su función dentro del sistema de GR previsto, para ello se debe utilizar un comportamiento discrecional dentro de los sistemas de GR formales e informales, pues permite hacer frente a las necesidades de las empresas, mejorando la productividad comercial (Lee et al., 2021).

En Estados Unidos, se ha registrado que las prácticas actuales de gestión del rendimiento en organizaciones son insatisfactorias y no efectivas; debido a la complejidad para implementarlo; por ello, se presenta como recomendación para su funcionamiento, el prestar atención a los procedimientos formales y enfocarse más en las interacciones integradas en los procesos gerente-empleado, de esta forma se podría mejorar el rendimiento comercial, dando paso a mejores ventas y mayor fidelización de los clientes (Tseng y Levy, 2019).

Por otro lado; en Latinoamérica, se indica que las pymes del sector industrial respondieron de manera positiva a las 5 fuerzas competitivas de Porter, pero esto no siempre resulta bien, cuando no se sabe utilizar adecuadamente la tecnología (Bello, 2022). En el Perú, se evidencia hoy en día que las pymes a pesar de contar con información continua para el desarrollo de ventajas competitivas, aún enfrentan barreras en el uso de herramientas y conocimiento de las prácticas de gestión, siendo necesaria la capacitación para lograr una mejor optimización del rendimiento comercial (Gobierno del Perú, 2019).

Otra realidad, indica que las empresas del rubro comercial en La Libertad están constantemente contratando personal para llegar a cumplir con la meta propuesta, probando entre los nuevos ingresantes, quién representa el mejor número de ventas para la empresa, tal es así, que los colaboradores de ventas ya no son valorados por sus diversas capacidades, sino solo por la cantidad de ventas que realizan; esto crea una imagen de inestabilidad y falta de gestión organizacional para retener el talento humano e influir en su desempeño y productividad laboral (Torres, 2020).

En la ciudad de Trujillo, la empresa de telecomunicaciones dedicada a la venta de productos de internet para el hogar; mantiene un alta constante de rotación del personal de ventas repercutiendo en altos costos para la empresa; esto produce

consecuencias en la productividad comercial, siendo la razón de la investigación; además, mediante este estudio, la empresa puede desarrollar ventajas competitivas frente a otras en el mercado, y ser un referente en las empresas de ventas de la ciudad de Trujillo.

Según lo antes expuesto, se ha determinado como formulación del problema, la siguiente interrogante: ¿En qué medida influye la gestión de rendimiento en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023?. Asimismo, se ha determinado como problemas específicos: ¿En qué medida la planificación influye en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023?, ¿En qué medida las metas y compromisos influyen en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023?, ¿En qué medida el seguimiento y evaluación influyen en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023?, ¿En qué medida la retroalimentación influye en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023?.

De tal forma, como justificación teórica de la investigación, se concibe la idea de fundamentar la influencia que tiene la gestión del rendimiento en la productividad comercial, por medio de teorías, conceptos, estudios que den sustento de ello; dicha información que se recabe es el eje para poder analizar los resultados que se obtengan en el estudio, permitiendo una discusión nutrida entre los resultados y el marco teórico hallado; cabe precisar que, teóricamente se conoce que la gestión adecuada del rendimiento permite una productividad mucho mayor, que vuelve a la empresa más eficientes en las distintas áreas de la organización (Fayol, 1984).

Dentro de la justificación práctica se pretende realizar recomendaciones en base a los resultados obtenidos, con el objetivo de proporcionar posibles oportunidades de mejora en relación al tema estudiado; favoreciendo a su rentabilidad, en caso pongan en práctica algún plan de mejora en base a los resultados obtenidos en el estudio, pudiendo tomar decisiones informadas sobre recursos, capacitación y desarrollo de los empleados.

La justificación metodológica, tiene su sustentó en el diseño a emplear, es decir al utilizar un diseño no experimental, correlativo y de enfoque cuantitativo, se

puede exteriorizar los resultados del estudio en términos estadísticos, permitiendo que la empresa logre conocer a nivel descriptivo como inferencial la relación estrecha y significativa que tienen las variables.

Socialmente, se justifica a través de un trabajo dirigido a la responsabilidad social y ética profesional, donde la actividad comercial al ser óptima, permite cumplir con las necesidades humanas, donde se ven beneficiados, los accionistas, los directivos y los trabajadores; esto por medio de la igualdad, confianza y transparencia en las actuaciones económicas y éticas, permitiendo el crecimiento económico y la mejora en la calidad de vida tanto de los trabajadores como de sus familias, de la comunidad local y la sociedad en su totalidad.

En base a ello, el objetivo general de esta investigación fue, determinar en qué medida influye la gestión de rendimiento en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023. Con respecto a los objetivos específicos, fueron los siguientes: Establecer en qué medida la planificación influye en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023, establecer en qué medida las metas y compromisos influyen en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023, establecer en qué medida el seguimiento y evaluación influyen en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023, establecer en qué medida la retroalimentación influye en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023.

Por último, se planteó la siguiente Hipótesis: Existe influencia directa y significativa de la gestión de rendimiento en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023.

II. MARCO TEÓRICO

El presente trabajo de investigación, recurre a investigaciones previas relacionadas a gestión del rendimiento y productividad comercial; que se describen en tres grupos; antecedentes internacionales, nacionales y locales.

En el ámbito internacional, se tiene a Jones et al. (2023), en su estudio de intervención de prueba de concepto para desarrollar prácticas de gestión del rendimiento en las pymes manufactureras que permiten a largo plazo mejorar la productividad comercial; siendo un estudio de tipo analítico descriptivo, donde se tuvo resultados cuantificables, teniendo como muestra a la misma empresa, quien tiene un total aproximado de 20 trabajadores por ser pyme. Los resultados indicaron que, hubo un 60% de logro en la factibilidad de la gestión del rendimiento, dando credibilidad que la productividad comercial se favorecería en un 40%; la relación identificada fue significativa ($p < 0,05$). Se concluye que, la empresa al producir un plan de mejora centrado en la gestión de la rentabilidad, produciría una mejora en la productividad comercial, favoreciendo en las ventas y por ende en los ingresos de la empresa.

Gutiérrez et al. (2022), quienes analizaron la productividad comercial en situación de teletrabajo, buscando relacionarlo con la gestión del rendimiento. El análisis fue cuantitativo, empleándose la regresión lineal, con una muestra de 813 trabajadores y haciendo uso del cuestionario. Los resultados indican que, la productividad fue adecuada en 286 trabajadores, siendo el 2.8% del total de la muestra; esto alude a una falta de estrategia para mejorar la productividad en un contexto virtual, es ahí donde la gestión del rendimiento se exterioriza, logrando conocer por medio de una proyección que esta gestión guarda relación con la productividad comercial ($p < 0,05$). Se concluye que, la relación hallada es fundamental para la aplicación de estrategias dirigidas a mejorar la productividad comercial por medio de la gestión del rendimiento.

Soledispa et al. (2021), determinaron el desarrollo empresarial que tienen las Pymes dedicadas a la tecnología por medio de la gestión del rendimiento, empleando un estudio documental, analítico, donde se evaluó la variación dinámica de los años 2012 al 2015. Los resultados indicaron que, el 93% de las empresas

ecuatorianas utilizaron el internet y el 59% las redes sociales para mejorar la productividad comercial, siendo una estrategia utilizada por la gestión del rendimiento, hallándose una significancia de 0,000. Se concluye que, las herramientas empleadas en la gestión del rendimiento permiten mejorar la productividad comercial, favoreciendo las ventas de la empresa y aumentando la rentabilidad.

Franco et al. (2021), examinaron las percepciones de los trabajadores con respecto a la productividad comercial y la gestión empleada en el rendimiento de una empresa de Colombia. Para ello utilizaron un rastreo bibliográfico, con enfoque mixto y análisis descriptivo, donde participaron 17 organizaciones con un total de 65 empleados; haciendo uso del cuestionario con preguntas cerradas. Los resultados indicaron que, la productividad comercial es la adecuada al emplear la gestión del rendimiento, indicando que existe estabilidad laboral en un 94.66%, comunicación en un 88%, innovación en un 84%; en lo que aún se encuentra fallas es en la infraestructura (60%), esto quiere decir que al mejorar esta falencia la productividad comercial podría ser mejor ($p < 0,05$). Se concluye que, ante una adecuada gestión del rendimiento se produce una mejor productividad comercial, favoreciendo a las empresas al poder vender más sus productos o servicios.

Buenrostro y Hernández (2019), identificaron la productividad comercial en las Pymes, considerando un modelo Probit como parte de la gestión del rendimiento, aplicándose a 1006 empresas de México, el tipo de estudio fue descriptivo. Los resultados indicaron que, tan solo una empresa utiliza el modelo propuesto por la gestión del rendimiento para la mejora de la productividad comercial, teniendo una significancia de 0,02, es decir la herramienta incorporada a favoreciendo en la productividad comercial, mejorando los factores internos de la empresa, los cuales están relacionados con el tiempo y la producción. Se concluye que, al emplear herramientas de gestión del rendimiento de manera adecuada y progresiva se logra una mayor productividad comercial, viéndose reflejado en la rentabilidad.

En el contexto nacional, se tiene a Romero (2022), determino la influencia del sistema automatizado para el proceso de cambio y mejora de la productividad comercial en una operadora móvil frente a la pandemia. Empleándose el enfoque cuantitativo, de diseño aplicado – experimental, con una muestra conformada por las gestiones de 2019 y 2020; aplicándose el cuestionario y análisis de documento. Los resultados indicaron que, antes de la aplicación del sistema, se registró un 79.95% de fallas en la productividad comercial, produciéndose una tasa de éxito al implementar el sistema de automatización del proceso, siendo un 16.30% de mejora, esto alude a una significancia $< 0,05$. Permitiendo concluir que, la gestión empleada por la empresa para mejorar el rendimiento, dio como paso una mejora en la productividad comercial, volviendo las ventas mucho más beneficiosas durante la pandemia.

Solis et al. (2022), determinaron la relación del recurso humano es decir la productividad que tienen asociado a la gestión empresarial, la cual se enlaza con la gestión del rendimiento, pues involucra la planificación de los objetivos hasta su cumplimiento. La metodología usada fue cuantitativa, básica, correlacional y de diseño no experimental, teniendo una muestra de 100 trabajadores, aplicándose el cuestionario para obtener los datos. Los resultados indicaron una relación sustancial, teniendo un $p = 0,000$ y un $Rho = 0,861^{**}$, por lo tanto, los autores afirman la relación entre variables, refutando la hipótesis nula y aceptando la alterna.

Huayta (2021), determinó la relación entre la productividad en una agencia de viajes y el rendimiento por medio de la calidad del servicio; empleando un modelo aplicado, no experimental, correlacional, transversal y cuantitativo, con una muestra de 50 prestadores de servicios, aplicándose la encuesta. Los resultados indican que, el 46% perciben que el servicio ofrecido es el adecuado, manifestando que observan un buen rendimiento y productividad comercial; manteniendo una relación de $p = 0,000$ y un $Pr = 0,642^{**}$, lo cual confirma la relación entre la gestión de la empresa para el buen rendimiento y la productividad que tiene el trabajador, reflejándose en la calidad del servicio brindado.

Quispe (2020), quien determinó la relación del proceso para un mejor rendimiento con el trabajo colaborativo; siguiendo, un diseño transversal

correlacional, donde participaron 212 trabajadores, utilizando como instrumento el cuestionario. Los resultados arrojaron que, el 73,1% del personal, afirma que el rendimiento es regular, recayendo la responsabilidad en la falta de una buena gestión de la empresa, mientras que el 55.7% indica que el trabajo colaborativo aún es regular, afectando la productividad interna; también presentó un $r = 0,369$ y un $p > 0,05$; concluyendo que, existe una asociación directa entre la gestión que se encarga del rendimiento y el trabajo colaborativo; esto quiere decir que se debe considerar estrategias que permitan mejorar el trabajo en equipo para que así la productividad se optimice.

Llaxa (2019), identificó la gestión de capacitación en el rendimiento laboral de una financiera; haciendo uso de un modelo no experimental, correlacional, siendo su instrumento el cuestionario, donde participaron 30 trabajadores. Los resultados indicaron que, el 6.67% del personal casi nunca perciben características de la variable gestión de capacitación, el 50% percibe que a veces y el 43.3% casi siempre; con respecto al rendimiento laboral, el 40% percibe que a veces, el 40% casi siempre y el 3.3% siempre; además, se identificó un $r = 0,677$ y un $sig. < 0,05$. Se concluye que, hay relación; por tal motivo, la productividad comercial se ve afectada, siendo importante la aplicación de una gestión más eficiente para mejorar rendimiento y con ello la productividad.

Zarate (2018), determinó la gestión del rendimiento como parte de la satisfacción del trabajador, cuya investigación aplicó el enfoque cuantitativo, de tipo no experimental, empleando una muestra de 23 trabajadores, teniendo como instrumento el cuestionario. Los resultados indicaron una asociación de 0.618 que significa que hay una relación fuerte y positiva; de esta forma, se concluye que cuando se incrementa la percepción de la gestión del rendimiento, se incrementa también la satisfacción, permitiendo una mayor productividad comercial, que se ve reflejado en las ventas.

En el contexto local, Bocanegra (2022), propuso estrategias para mejorar las ventas por medio de la adecuada gestión en el rendimiento comercial; teniendo un total de 34 colaboradores, a quienes se les aplicó los cuestionarios, utilizando un modelo correlativo, no experimental y transversal. Los resultados indicaron que, las ventas comerciales tenían un nivel regular del 85.3%; al relacionarlo con las

estrategias se conoció que la relación fue significativa, manteniendo un $p < 0,01$. Con ello, se concluye que, la creación de estrategias mejora la gestión del rendimiento, permitiendo que las ventas comerciales o productividad mejore considerablemente.

Domínguez (2022), describió la influencia de la gestión en el incremento de la rentabilidad a través de una adecuada productividad comercial, siguiendo un modelo cuantitativo, de análisis documental, donde se revisó la rentabilidad financiera y ratios de los tres últimos años. Los resultados indicaron que, una adecuada gestión del rendimiento, mejora la rentabilidad, pues la productividad comercial se vuelve mucho más eficiente en cada uno de los trabajadores, evidenciándose un crecimiento de la rentabilidad neta de 1.75 a 3.49% en los tres últimos años. Se concluye que, al aplicar eficientemente la planificación y el control de las actividades como parte de la gestión del rendimiento, se mejora la productividad comercial, reflejándose en la rentabilidad.

Maradiegue (2022), determinó la relación entre la gestión y el desempeño como parte de la productividad comercial en una empresa de servicios, siguiendo un enfoque cuantitativo, correlacional y no experimental, con una muestra de 35 personas que trabajan en la empresa. Los resultados indicaron que, existe relación positiva y significativa, manteniendo un $p < 0,01$ con un $P_s = 0.920$, es decir, la gestión del rendimiento se relaciona con la productividad, y todo ello se evalúa por medio del desempeño que tiene el recurso humano. Se concluye que, una buena gestión permite la eficiencia en las actividades productivas, reflejándose en el crecimiento sustancial de la empresa.

Mattos (2021), buscó proponer una mejora de la productividad comercial a través de la gestión del rendimiento; para ello, se utilizó un diseño diagnóstico y propositivo, con un total de 5 trabajadores de la empresa de telefonía móvil; como técnica se utilizó la observación, encuesta y análisis de documentos. Los resultados indicaron que, la aplicación de estrategias direccionadas a la gestión del rendimiento, permiten que la productividad comercial sea mejor, favoreciendo a los ingresos en un 74% y a la minimización de costos en un 80%; esto representa una significancia del 0,000; por tal motivo, se concluye que la gestión del rendimiento ayuda a la productividad, mejorando las ventas y minimizando los costos.

Castellanos et al. (2020), realizó un plan de gestión del rendimiento para mejorar la productividad en una empresa de telefonía; para ello, se empleó el diagnóstico y se aplicó el plan, evaluando el cumplimiento de las metas y objetivos, manteniendo también un control minucioso del desempeño. Los resultados indicaron un incremento en el mercado del 75% y crecimiento anual del 12%. Se concluye que un servicio estable permitirá una productividad comercial óptima, mejorando sus ventas considerablemente.

Después de la revisión de estudios previos relacionados al tema, se proporcionó la explicación teórica y conceptual de los términos principales de la investigación, a fin de brindar una mayor comprensión. El presente estudio propuso el uso de la Teoría de la administración en su enfoque clásico representado por Fayol (1984), pues se centra en la eficiencia y la estructura organizativa, dividiendo a la organización en funciones básicas del cual se desprende el concepto de proceso administrativo; este proceso hace referencia a la gestión del rendimiento, pues por medio de estrategias procedimentales se logra el mejor rendimiento del trabajador, volviéndose parte del proceso que considera la empresa para alcanzar sus metas y que rigen a la estructura organizacional (Bejarano, 2020).

También se tiene a la teoría de las capacidades dinámicas, en ella se exponen los cambios que deben atravesar las empresas para seguir manteniendo la competitividad, entra a tallar la gestión que involucren para un adecuado rendimiento del personal, empleando técnicas, estrategias e incluso herramientas tecnológicas que logren exteriorizar la optimización de los resultados obtenidos dentro las organizaciones; cuando la dinámica es activa el rendimiento es positivo, logrando un desarrollo eficiente que mejore las oportunidades comerciales; además dentro de la gestión involucrada se debe mantener la innovación, donde se reflejará el éxito o fracaso de la empresa, en base al cumplimiento de los objetivos (Teese et al., 1997).

Con respecto a la gestión del rendimiento, se define como los equipos para mejorar el éxito que tiene cada empleado con respecto al trabajo diario, involucrando a cada área que permita en conjunto lograr una mayor rentabilidad por medio de la eficiencia en el rendimiento de los trabajadores (Bacal, 2009). Así mismo, se logra identificar, reconocer y promover la contribución de los servidores,

buscando alcanzar las metas de la organización; además por medio de ellas se logra mejorar el desempeño del trabajador (Gobierno del Perú, 2020). Otros, la consideran un conjunto de procesos, técnicas y criterios para lograr el desempeño óptimo del trabajador, empleando estrategias de mejora continua para alcanzar los objetivos trazados (Martínez, 2022).

Con respecto a las dimensiones, Druker argumentaba que la planificación era la clave para una gestión efectiva, y que las organizaciones debían establecer objetivos claros y medibles a largo plazo para alcanzar el éxito. Además, planificar viene a ser la creación de un plan que permite anteponer técnicas ligadas al cumplimiento de objetivos (Drucker, 1994; Palacios, 2020). Respecto a la dimensión metas y compromisos, Locke y Latham (2019) indica que las metas representan los resultados deseados que una persona o una organización busca lograr; mientras que los compromisos son las promesas y acuerdos que se hacen para asignar recursos y esfuerzos con el fin de alcanzar esas metas. Así también, las metas y los compromisos están estrechamente relacionados, ya que los compromisos son adquiridos para lograr las metas establecidas (Oettingen, 2019).

Otra dimensión es el seguimiento y la evaluación, siendo los procesos sistemáticos que permiten la mejora del desempeño y los resultados de un programa, proyecto o intervención; el seguimiento implica la supervisión continua de las actividades y el progreso, mientras que la evaluación se enfoca en la valoración y el análisis del impacto y la efectividad (Patton, 2012). Con respecto a la dimensión retroalimentación, se conoce que es aquella que brindar a las personas información sobre su desempeño o resultados, con el objetivo de mejorar su rendimiento o lograr un ajuste más efectivo entre las metas y los estándares deseados (Robbins y Judge, 2019).

Por otro lado, en la teoría de la productividad, se dice que es todo lo producido ya sea de forma tangible o intangible en el tiempo pactado, con los recursos correctos y de calidad; siendo favorable cuando se optimiza, se genera eficiencia, eficacia y efectividad en cada proceso (Koontz et al., 2012). En la teoría de Taylor se conoce que la productividad viene a ser el nivel de producción que puede tener el trabajador, donde se mide no solo por la cantidad sino por la calidad y el tiempo utilizado para poder generarlo; dentro de esta teoría entra a tallar la

eficiencia y como a través de la optimización se logra generar resultados favorables que permitan que la organización se vuelva mucho más rentable; se tiene en cuenta la cooperación entre áreas, las relaciones positivas, la comunicación, el análisis proyectado de lo producido y lo que se produce, la especialización del trabajador y la selección de estrategias que mejoren la productividad (Taylor, 1984).

Fayol también relaciona a la productividad con las acciones que consideran las empresas para cumplir con los objetivos y las metas trazadas, haciendo uso de métodos, herramientas, técnicas que permitan cumplir a cabalidad con cada plan previamente planificado; dentro de ello se tiene en cuenta el rendimiento del trabajador y de las maquinas, realizando evaluaciones periódicas que permitan conocer y medir aquellas falencias que se podrían estar presentando y dificultando la adecuada productividad empresarial (Fayol, 1984).

Con respecto a la productividad comercial, se define como la capacidad para incrementar los ingresos, optimizando los recursos disponibles, y mejorando la rentabilidad, la cual se sustenta en cada proceso que tiene la empresa, hasta llegar a las ventas, donde el número de ventas permite conocer la capacidad de ingresos que sustenta la organización (Gutiérrez, 2023). Otros indican que la productividad comercial viene a ser la obtención favorable de resultados económicos y financieros, yendo de la mano con la fidelidad del cliente (Ramírez et al, 2022); además, también se concibe como la práctica para aumentar los ingresos de las ventas, minimizando los recursos y el tiempo invertido (Fontalvo et al, 2017).

Entre las dimensiones se tiene a la eficacia, siendo la capacidad de alcanzar los resultados deseados o lograr los objetivos establecidos. Se centra en evaluar los resultados que se tienen luego de producir y los resultados que se tenían esperados producir (Calvo et al, 2018). La segunda dimensión es eficiencia, donde se evalúa aquellos materiales utilizados y los resultados obtenidos; se trata de hacer las cosas de la manera más económica y sin desperdicio de recursos (Fontalvo et al, 2017). La última dimensión es la efectividad, la cual se mide por la facilidad de poder obtener lo deseado y hacer una contribución significativa hacia el logro de los objetivos; se enfoca en lograr impacto y resultados tangibles (George et al, 2022).

Es así que, la gestión que utilizan las organizaciones para controlar y evaluar el rendimiento de los trabajadores, recae en el uso de diferentes métodos, dentro de ellos se utilizan las herramientas tecnológicas que permiten medir progresivamente aquellas deficiencias que podrían presentarse en cualquier área de las organizaciones; es ahí donde la productividad comercial se hace presente, pues dentro de ella se logra evidenciar que tanto aumenta el rendimiento empresarial, pues en el área comercial se da el cierre de ventas, permitiendo el crecimiento o no de las organizaciones (Molina et al, 2022).

Para finalizar, la teoría del equilibrio puntudo, se centra en buscar opciones estratégicas que permitan mejorar el rendimiento de la organización, para ello se planifica actividades relacionadas a la productividad, buscando por medio de la gestión distintos métodos que puedan ser utilizados para optimizar el proceso de cada área y lograr el objetivo final que se basa en la mejora de la rentabilidad (Amri y Drummond, 2021).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

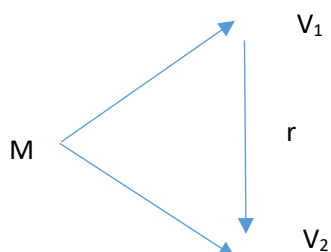
3.1.1. Tipo de investigación

Se consideró aplicada, porque se emplearon instrumentos para conocer el comportamiento de las variables y determinar si existe influencia; conociendo así la situación actual de la empresa (Hernández y Mendoza, 2018).

3.1.2. Diseño de investigación

El diseño correspondiente fue el no experimental pues no se alteró la realidad; además, también fue transversal ya que la operación de los cuestionarios para el recojo de datos se realizó una sola vez. Así mismo, su nivel del diseño fue descriptivo – correlacional, el cual se encargó de detallar la relación; examinando los datos en un tiempo determinado (Sánchez, 2018).

La simbolización del diseño fue la siguiente:



Nota. Hernández y Mendoza (2018)

Dónde:

M: Muestra de estudio.

V₁: Gestión del rendimiento

V₂: Productividad comercial

r: Correlación.

3.2. Variables y operacionalización

Operacionalización de las variables (ver anexo 1).

Variable 1: Gestión del rendimiento

Definición conceptual: Son aquellos equipos para mejorar el éxito que tiene cada empleado con respecto al trabajo diario, involucrando a cada área que permita en conjunto lograr una mayor rentabilidad por medio de la eficiencia en el rendimiento de los trabajadores (Bacal, 2009).

Definición operacional: Es un proceso sistemático para mejorar la organización en su conjunto; fue medible por medio del cuestionario con escala Likert, conteniendo ítems relacionados a las dimensiones de la variable gestión del rendimiento.

Dimensiones: Planificación, metas y compromisos, seguimiento y evaluación, retroalimentación.

Variable 2: Productividad comercial

Definición conceptual: La capacidad para incrementar los ingresos, optimizando los recursos disponibles, y mejorando la rentabilidad, la cual se sustenta en cada proceso que tiene la empresa, hasta llegar a las ventas, donde el número de ventas permite conocer la capacidad de ingresos que sustenta la organización (Gutiérrez, 2023).

Definición operacional: Se refiere a la asociación entre la producción y los insumos utilizados para generarlo; fue medible por medio del cuestionario con escala Likert, conteniendo ítems relacionados a las dimensiones de la variable productividad comercial.

Dimensiones: Eficacia, eficiencia, efectividad.

3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis

3.3.1. Población

Es aquella que esta direccionada al conjunto de individuos que cumplen con criterios de selección establecidos, presentando

características geográficas y temporales que la hacen accesible a los investigadores (Mucha et al, 2021).

Para la presente investigación se consideraron 130 colaboradores de una empresa de telecomunicaciones en el distrito de Trujillo, La Libertad, 2023 del área de Ventas.

Se tuvo en cuenta los siguientes criterios de inclusión:

- Colaboradores del área de Ventas de una empresa de Telecomunicaciones en Trujillo, La Libertad, 2023.
- Colaboradores que tengan más de tres meses de contrato.

Como criterios de exclusión:

- Aquellos trabajadores que estén de vacaciones o con permiso médico.
- Aquellos que no deseen participar.

3.3.2. Muestra

Según Sekaran y Bougie (2016), viene a ser el subconjunto de sujetos o elementos seleccionados de una población amplia finita o infinita.

De tal forma, la muestra estuvo conformada por 97 colaboradores del departamento de ventas de una empresa de Telecomunicaciones en Trujillo, La Libertad, 2023 (Ver anexo 3).

3.3.3. Muestreo

Al tener una población amplia y finita se procedió a utilizar el muestreo probabilístico aleatorio simple; donde se pudo extraer un subgrupo de la muestra para que sean considerados participantes de la investigación (Lohr, 2020).

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnicas

Hernández y Mendoza (2018), señalan que la encuesta es una técnica que permite cuantificar los datos obtenidos, por lo tanto, se utilizó en la investigación la encuesta, la cual permitió establecer una interacción con los colaboradores de forma rápida y sencilla,

manteniendo en resguardo su identidad, con el fin de analizar estadísticamente el comportamiento de las dos variables investigadas.

3.4.2. Instrumentos

Hernández y Mendoza (2018), indican que el instrumento que precede a la encuesta, es el cuestionario, por medio de él, se crean ítems relacionados a las variables de estudio, buscando la opinión de los participantes a través de una serie de preguntas fáciles y entendibles de contestar.

Para la medición de la gestión del rendimiento y productividad comercial, se crearon dos cuestionarios, uno de 12 ítems y otro de 9 ítems respectivamente; utilizándose como opciones de respuesta la escala Likert del 1 al 5, donde 1 = nunca, 2 = casi nunca, 3 = a veces, 4 = casi siempre y 5 = Siempre; además, también se contó con un baremo de las variables y dimensiones, agrupando por rangos e intervalos la escala Likert, dividiéndose en tres niveles, alto, regular y bajo (ver anexo 3).

Los cuestionarios fueron validados por 3 expertos en el tema, quienes dieron su conformidad para la aplicación de los instrumentos; posterior a ello, se empleó la prueba piloto, para determinar por medio del alfa de Cronbach que tan confiables son los dos cuestionarios, obteniendo un 0,925 para gestión del rendimiento y un 0,938 para productividad comercial, considerando a los instrumentos altamente confiables para su aplicación (ver anexo 5).

3.5. Procedimientos

Se solicitó el permiso a la empresa para poder aplicar los instrumentos, antes de ello, se validaron los cuestionarios, para luego aplicar la prueba piloto y conocer la confiabilidad de cada cuestionario, en la confiabilidad se obtuvo un 0,925 para gestión del rendimiento y 0,938 para productividad comercial, con ello se confirmó la fiabilidad de ambos cuestionarios, siendo aptos para aplicarse a los participantes de la investigación.

Seguidamente, se procedió a aplicar los cuestionarios a los participantes del estudio, realizándose por Google formulary, explicando el proceso a seguir, a través de WhatsApp, donde se dio a conocer el anonimato en cada cuestionario. Luego de obtener la información se realizó la tabulación en Excel para luego procesar los datos en el paquete estadístico SPSS v.26, a través de él se pudo obtener las tablas de análisis descriptivas e inferenciales, finalizando con las respuestas a cada objetivo y contrastando a la par cada hipótesis.

3.6. Método de análisis de datos

Se utilizó el método de análisis estadístico, empleando el método descriptivo e inferencial; en el método descriptivo se expuso los resultados de tablas de frecuencia por niveles, mientras que, en el análisis inferencial, se presentó la prueba de normalidad, donde se conoció que los datos fueron no paramétricos, utilizándose por ello, la prueba de Rho Spearman; permitiendo contrastar cada hipótesis, determinando la influencia de la gestión del rendimiento en la productividad comercial.

3.7. Aspectos éticos

En base al código de ética de la universidad, se consideró lo siguiente:

Beneficencia: Porque la información que se obtuvo fue presentada a la empresa para que se tomen medidas de mejora y así se logre una mejor productividad comercial, aplicando la gestión del rendimiento.

No maleficencia: Todo dato obtenido fue confidencial, respetando el anonimato del participante y poniendo en resguardo toda la información para que no sea filtrada por otras instituciones.

Autonomía: Se respetó la opinión de los participantes sin interferir en el tipo de respuesta que den.

Justicia: La información fue presentada tal cual, sin alterar la información, con el objetivo de que la empresa conozca la realidad por la cual atraviesa con respecto a la gestión de rendimiento y productividad comercial.

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivo

- a. Identificar el nivel de la gestión de rendimiento de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023.

Tabla 1

Nivel de gestión de rendimiento

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje validado	Porcentaje acumulado
Bajo	2	2,1%	2,1%	2,1%
Regular	28	28,9%	28,9%	30,9%
Alto	67	69,1%	69,1%	100,0%
Total	97	100.0%	100,0%	

Nota. Elaboración propia realizada por medio del SPSS.

Interpretación:

La gestión del rendimiento presentó un nivel alto del 69,1%, regular del 28,9% y bajo del 2,1%, esto indica que actualmente el rendimiento es adecuado, pero existe un grupo que aún no considera ideal el rendimiento que tienen, siendo importante atender a estos casos, ya que se podría perjudicar la rentabilidad de la empresa, pues un bajo o regular rendimiento, involucra una productividad deficiente.

Tabla 2*Nivel de las dimensiones de gestión de rendimiento*

Niveles	D1. Planificación	D2. Metas y compromisos	D3. Seguimiento y evaluación	D4. Retroalimentación
Bajo	8,2%	6,2%	2,1%	2,1%
Regular	48,5%	40,2%	25,8%	48,5%
Alto	43,3%	53,6%	72,2%	49,5%

Nota. Elaboración propia realizada por medio del SPSS.

Interpretación:

La planificación predominó en el nivel regular con un 48,5%, seguido del nivel alto con un 43,3% y bajo con un 8,2%; en las metas y compromisos se tuvo un nivel alto del 53,6%, regular el 40,2% y bajo del 6,2%; en el seguimiento y evaluación se tuvo un nivel alto del 72,2%, regular del 25,8% y bajo del 2,1%; en la retroalimentación se tuvo un nivel alto del 49,5%, regular del 48,5% y bajo del 2,1%. De tal forma, se conoce que al presentar datos regulares a bajos en cada dimensión, es necesario que se atienda por medio de planes estratégicos que permitan mejorar la gestión del rendimiento en cada una de sus dimensiones.

- b. Identificar el nivel de la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023.

Tabla 3

Nivel de la productividad comercial

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje validado	Porcentaje acumulado
Bajo	4	4,1%	4,1%	4,1%
Regular	28	28,9%	28,9%	33,0%
Alto	65	67,0%	67,0%	100,0%
Total	97	100,0%	100,0%	

Nota. Elaboración propia realizada por medio del SPSS.

Interpretación:

La productividad comercial se centró en un nivel alto del 67%, seguido de un nivel regular del 28,9% y bajo del 4,1%; esto indica que la empresa presenta una productividad comercial adecuada siendo beneficiosa para la organización, aun así, se debe atender al grupo de nivel regular y bajo, porque podría perjudicarse no solo la productividad sino la rentabilidad y con ello, se afectaría la economía interna de la empresa.

Tabla 4*Nivel de las dimensiones de la productividad comercial*

Niveles	D1. Eficacia	D2. Eficiencia	D3. Efectividad
Bajo	8,2%	6,2%	2,1%
Regular	48,5%	44,3%	18,6%
Alto	43,3%	49,5%	79,4%

Nota. Elaboración propia realizada por medio del SPSS.

Interpretación:

La eficacia fue regular en un 48,5%, alta en un 43,3% y baja en un 8,2%; la eficiencia fue alta en un 49,5%, regular en un 44,3% y baja en un 6,2%; la efectividad fue alta en un 79,4%, regular en un 18,6% y baja en un 2,1%; por tal motivo, se debe tomar conciencia de aquellos niveles regulares a bajos que se presentan en los resultados descriptivos identificados, porque al contar con valores relativamente bajos en las dimensiones, se ve afectada de manera general la productividad comercial.

4.2. Análisis inferencial

Tabla 5

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de rendimiento	,430	97	,000
Planificación	,282	97	,000
Metas y compromisos	,340	97	,000
Seguimiento y evaluación	,445	97	,000
Retroalimentación	,329	97	,000
Productividad comercial	,282	97	,000
Eficacia	,414	97	,000
Eficiencia	,318	97	,000
Efectividad	,480	97	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota. Elaboración propia realizada por medio del SPSS.

Interpretación:

Al tener una muestra superior a 50 personas se evaluó la prueba de Kolmogorov Smirnov, en la cual se evidenció significancia menor a 5%; de tal forma, al presentarse datos no paramétricos, se utilizó como prueba de hipótesis, la prueba de Rho Spearman.

Tabla 6*Gestión de rendimiento en la productividad comercial*

		VY: Productividad comercial				Rho Spearman	
		Bajo	Regular	Alto	Total		
VX: Gestión de rendimiento	Bajo	F	2	0	0	2	rs = 0,865** p = 0,000 N = 97
		%	2.06%	0.00%	0.00%	2.06%	
	Regular	F	2	24	2	28	
		%	2.06%	24.74%	2.06%	28.86%	
	Alto	F	0	4	63	67	
		%	0.00%	4.12%	64.95%	69.07%	
Total	F	4	28	65	97		
	%	4.12%	28.86%	67.01%	100.00%		

Nota. Elaboración propia realizada por medio del SPSS.

Interpretación:

Se logró determinar que existe relación alta, significativa, positiva y directa entre la gestión de rendimiento y la productividad comercial, presentando un $rs = 0,865^{**}$ con un p valor = 0,000; además se identificó un nivel alto de relación del 64.95%, regular del 24.74% y bajo del 2.06%. De tal forma, se aceptó la hipótesis alterna y se rechazó la hipótesis nula.

Tabla 7*Planificación en la productividad comercial*

		VY: Productividad comercial				Rho Spearman	
		Bajo	Regular	Alto	Total		
D1: Planificación	Bajo	F	4	4	0	8	rs = 0,537** p = 0,000 N = 97
		%	4.12%	4.12%	0.00%	8.24%	
	Regular	F	0	20	27	47	
		%	0.00%	20.62%	27.84%	48.46%	
	Alto	F	0	4	38	42	
		%	0.00%	4.12%	39.18%	43.30%	
Total	F	4	28	65	97		
	%	4.12%	28.86%	67.01%	100.00%		

Nota. Elaboración propia realizada por medio del SPSS.

Interpretación:

Se logró determinar que existe relación moderada, significativa, positiva y directa entre la planificación y la productividad comercial, presentando un $rs = 0,537^{**}$ con un p valor = 0,000; además se identificó un nivel alto de relación del 39.18%, regular del 20.62% y bajo del 4.12%. De tal forma, se aceptó la relación entre la dimensión planificación y productividad comercial.

Tabla 8*Metas y compromisos en la productividad comercial*

		VY: Productividad comercial				Rho Spearman
		Bajo	Regular	Alto	Total	
D2: Metas y compromisos	Bajo	F	2	4	0	6
		%	2.06%	4.12%	0.00%	6.18%
	Regular	F	2	22	15	39
		%	2.06%	22.68%	15.46%	40.20%
	Alto	F	0	2	50	52
		%	0.00%	2.06%	51.55%	53.61%
Total	F	4	28	65	97	
	%	4.12%	28.86%	67.01%	100.00%	

Nota. Elaboración propia realizada por medio del SPSS.

Interpretación:

Se logró determinar que existe relación moderada, significativa, positiva y directa entre las metas y compromisos y la productividad comercial, presentando un $rs = 0,697^{**}$ con un p valor = 0,000; además se identificó un nivel alto de relación del 51.55%, regular del 22.68% y bajo del 2.06%. De tal forma, se aceptó la relación entre la dimensión metas y compromisos y productividad comercial.

Tabla 9*Seguimiento y evaluación en la productividad comercial*

		VY: Productividad comercial				Rho Spearman
		Bajo	Regular	Alto	Total	
D3: Seguimiento y evaluación	Bajo	F	0	2	0	2
		%	0.00%	2.06%	0.00%	2.06%
	Regular	F	4	13	8	25
		%	4.12%	13.40%	8.25%	25.77%
	Alto	F	0	13	57	70
		%	0.00%	13.40%	58.76%	72.16%
Total	F	4	28	65	97	
	%	4.12%	28.86%	67.01%	100.00%	

Nota. Elaboración propia realizada por medio del SPSS.

Interpretación:

Se logró determinar que existe relación moderada, significativa, positiva y directa entre el seguimiento y evaluación y la productividad comercial, presentando un $rs = 0,520^{**}$ con un p valor = 0,000; además se identificó un nivel alto de relación del 58.76% y regular del 13.40%. De tal forma, se aceptó la relación entre la dimensión seguimiento y evaluación y productividad comercial.

Tabla 10*Retroalimentación en la productividad comercial*

		VY: Productividad comercial				Total	Rho Spearman
		Bajo	Regular	Alto			
D4: Retroalimentación	Bajo	F	0	2	0	2	rs = 0,533** p = 0,000 N = 97
		%	0.00%	2.06%	0.00%	2.06%	
	Regular	F	4	22	21	47	
		%	4.12%	22.68%	21.65%	48.45%	
	Alto	F	0	4	44	48	
		%	0.00%	4.12%	45.36%	49.48%	
Total		F	4	28	65	97	
		%	4.12%	28.86%	67.01%	100.00%	

Nota. Elaboración propia realizada por medio del SPSS.

Interpretación:

Se logró determinar que existe relación moderada, significativa, positiva y directa entre la retroalimentación y la productividad comercial, presentando un $rs = 0,533^{**}$ con un p valor = 0,000; además se identificó un nivel alto de relación del 45.36% y regular del 22.68%. De tal forma, se aceptó la relación entre la dimensión retroalimentación y productividad comercial.

V. DISCUSIÓN

La investigación obtuvo resultados favorables, donde se demostró la influencia de la gestión del rendimiento y sus dimensiones con la productividad comercial; al obtener estos resultados, se procede a realizar un análisis comparativo con otras investigaciones y relacionándolo también con las teorías consideradas en el marco teórico; todo ello se realiza con el fin de poder evidenciar si lo hallado en la investigación guarda similitud con otros estudios. A continuación, se realiza el análisis de los resultados obtenidos por cada objetivo.

Con respecto al objetivo general, se determinó una influencia alta, significativa, positiva y directa entre la gestión de rendimiento y la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023; teniendo como resultado un $r_s = 0,865^{**}$ con un p valor = 0,000; presentando a la par de ello, un nivel alto de relación del 64.95%, regular del 24.74% y bajo del 2.06%; al poseer un $r_s > a 0,750$, con un error = a 0,000 se corrobora la influencia entre los términos de la investigación.

Manteniendo una similitud con el estudio de Jones et al. (2023), quienes indicaron en sus resultados un 60% de logro en la factibilidad de la gestión del rendimiento, dando credibilidad que la productividad comercial se favorecería en un 40%; la relación identificada fue significativa ($p < 0,05$); con ello, concluyeron que la empresa al producir un plan de mejora centrado en la gestión de la rentabilidad, produciría una mejora en la productividad comercial, favoreciendo en las ventas y por ende en los ingresos de la empresa.

También guarda cierta relación con Huayta (2021), donde se obtuvo como resultado, que el 46% de trabajadores perciben que el servicio ofrecido es el adecuado, manifestando que observan un buen rendimiento y productividad comercial; manteniendo una relación de $p = 0,000$ y un $Pr = 0,642^{**}$, lo cual confirma la relación entre la gestión de la empresa para el buen rendimiento y la productividad que tiene el trabajador, reflejándose en la calidad del servicio brindado.

A la par de ello, también se relaciona con la teoría de Taylor, donde se indica que la productividad viene a ser el nivel de producción que puede tener el trabajador, donde se mide no solo por la cantidad sino por la calidad y el tiempo utilizado para poder generarlo; dentro de esta teoría entra a tallar la eficiencia y como a través de la optimización se logra generar resultados favorables que permitan que la organización se vuelva mucho más rentable; para ello se tiene en cuenta la cooperación entre áreas, las relaciones positivas, la comunicación, el análisis proyectado de lo producido y lo que se produce, la especialización que tiene cada trabajador y la selección adecuada para buscar medidas estratégicas que permitan mejorar la productividad (Taylor, 1984).

Además, la productividad comercial, se conoce como aquella capacidad para incrementar los ingresos, optimizando los recursos disponibles, y mejorando la rentabilidad, la cual se sustenta en cada proceso que tiene la empresa, hasta llegar a las ventas, donde el número de ventas permite conocer la capacidad de ingresos que sustenta la organización (Gutiérrez, 2023).

De tal manera, la información revisada y los resultados obtenidos guardan una gran relación, pues la gestión del rendimiento que tienen los trabajadores, permite conocer el grado de productividad que tiene la empresa, es así que, se necesita de una correcta gestión para que la organización alcance su mayor productividad, evaluando y controlando el plan que previamente crea la empresa.

En el objetivo específico 1, se estableció una influencia moderada, significativa, positiva y directa entre la planificación y la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023; teniendo como resultado un $r_s = 0,537^{**}$ con un p valor = 0,000; presentando a la par de ello, un nivel alto de relación del 39.18%, regular del 20.62% y bajo del 4.12%; corroborando de esta manera la influencia entre los términos de la investigación.

Guardando relación similar con Gutiérrez et al. (2022), donde se conoció que la gestión del rendimiento se exterioriza, logrando conocer por medio de una proyección que la gestión por medio de la planificación guarda relación con la productividad comercial ($p < 0,05$); concluyendo que la relación hallada es

fundamental para la aplicación de estrategias dirigidas a mejorar la productividad comercial por medio de la gestión del rendimiento.

Así mismo, se relaciona con la teoría de las capacidades dinámicas, en ella se exponen los cambios que deben atravesar las empresas para seguir manteniendo la competitividad, entra a tallar la gestión que involucren para un adecuado rendimiento del personal, empleando técnicas, estrategias e incluso herramientas tecnológicas que logren exteriorizar la optimización de los resultados obtenidos dentro las organizaciones; cuando la dinámica es activa el rendimiento es positivo, logrando un desarrollo eficiente que mejore las oportunidades comerciales; además dentro de la gestión involucrada se debe mantener la innovación, donde se reflejará el éxito o fracaso de la empresa, en base al cumplimiento de los objetivos (Teese et al., 1997).

Además, el planificar viene a ser la creación de un plan que permite anteponer técnicas ligadas al cumplimiento de objetivos (Drucker, 1994; Palacios, 2020); de tal forma, la relación identificada en los resultados es sustentable con la teoría, existiendo diferentes expertos que atestiguan la necesidad de un buen plan y planificación para generar una mayor productividad en la empresa.

En el objetivo específico 2, se estableció una influencia moderada, significativa, positiva y directa entre las metas y compromisos y la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023; teniendo como resultado un $r_s = 0,697^{**}$ con un p valor = 0,000; presentando a la par de ello, un nivel alto de relación del 51.55%, regular del 22.68% y bajo del 2.06%; corroborando de esta manera la influencia entre los términos de la investigación.

Guardando relación con Quispe (2020); los resultados del autor arrojaron que el 73,1% afirma que el rendimiento es regular recayendo la responsabilidad en la falta de una buena gestión de la empresa, mientras que el 55.7% indica que el trabajo colaborativo aún es regular, afectando la productividad interna; también presentó un $r = 0,369$ y un $p > 0,05$; concluyendo que existe una asociación directa entre la gestión que se encarga del rendimiento y el trabajo colaborativo; esto quiere decir que se debe considerar estrategias que permitan

mejorar el trabajo en equipo para que así la productividad se optimice y se logre cumplir con las metas y compromisos propuestos.

Adicionalmente, también se relaciona con Mattos (2021), los resultados del autor indicaron que la aplicación de estrategias direccionadas a la gestión del rendimiento, permiten que la productividad comercial sea mejor, favoreciendo a los ingresos en un 74% y a la minimización de costos en un 80%; esto representa una significancia del 0,000; por tal motivo se concluye que la gestión del rendimiento ayuda a la productividad, mejorando las ventas y minimizando los costos, cumpliendo así con las metas propuestas por la empresa.

Con respecto a la conceptualización, también se identificó relación, indicando que las metas y compromisos que expone Locke y Latham (2019) indica que las metas representan los resultados deseados que una persona o una organización busca lograr; mientras que los compromisos son las promesas y acuerdos que se hacen para asignar recursos y esfuerzos con el fin de alcanzar esas metas.

Del mismo modo, se identificó asociación con la teoría de Fayol quien relaciona a la productividad con las acciones que consideran las empresas para cumplir con los objetivos y las metas trazadas, haciendo uso de métodos, herramientas, técnicas que permitan cumplir a cabalidad con cada plan previamente planificado; dentro de ello se tiene en cuenta el rendimiento del trabajador y de las maquinas, realizando evaluaciones periódicas que permitan conocer y medir aquellas falencias que se podrían estar presentando y dificultando la adecuada productividad empresarial (Fayol, 1984).

Con ello, se afirma que las metas y los compromisos están estrechamente relacionados con la productividad, ya que los compromisos son adquiridos para lograr las metas establecidas (Oettingen, 2019). De esta forma es que se demuestra lo hallado en los resultados, existiendo una influencia positiva entre las metas y los compromisos con la productividad, indicando a la par de ello, que la existencia de relación está desde la teoría, fundamentando que una adecuada productividad permite el cumplimiento de las metas que tiene toda empresa.

En el objetivo específico 3, se estableció una influencia moderada, significativa, positiva y directa entre el seguimiento y evaluación y la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023; teniendo como resultado un $r_s = 0,520^{**}$ con un p valor = 0,000; presentando a la par de ello, un nivel alto de relación del 58.76% y regular del 13.40%; corroborando de esta manera la influencia entre los términos de la investigación.

La influencia evidenciada en los resultados, guarda relación con Buenrostro y Hernández (2019), quienes identificaron en sus resultados que la gestión del rendimiento permite mejorar la productividad comercial, teniendo una significancia de 0,02, es decir las herramientas que se incorporan en la productividad comercial, mejoran los factores internos de la empresa, los cuales están relacionados con el tiempo y la producción, siendo importante el seguimiento y la evaluación del proceso para resultados favorables; el autor concluyó que al emplear herramientas de gestión del rendimiento de manera adecuada y progresiva se logra una mayor productividad comercial, viéndose reflejado en la rentabilidad.

Conceptualmente, también se identificó similitud con los resultados, indicándose que el seguimiento y la evaluación, son los procesos sistemáticos que permiten la mejora del desempeño y los resultados de un programa, proyecto o intervención; el seguimiento implica la supervisión continua de las actividades y el progreso, mientras que la evaluación se enfoca en la valoración y el análisis del impacto y la efectividad (Patton, 2012).

De tal forma, toda gestión necesita del seguimiento y evaluación como parte del control interno, ya que esto permite que se evidencien las falencias que aún se tienen y se busque una mejora continua para alcanzar la optimización de la productividad comercial. Dicho esto, se asevera la relación con otros autores y los resultados obtenidos, beneficiando a la organización con información veraz para un tratamiento adecuado de la gestión del rendimiento en la productividad comercial.

En el objetivo específico 4, se estableció una influencia moderada, significativa, positiva y directa entre la retroalimentación y la productividad

comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023; teniendo como resultado un $r_s = 0,533^{**}$ con un p valor = 0,000; presentando a la par de ello, un nivel alto de relación del 45.36% y regular del 22.68%; corroborando de esta manera la influencia entre los términos de la investigación.

Los resultados identificados, mantienen similitud con la investigación de Romero (2022), donde se indicó que antes de la aplicación del sistema, se registró un 79.95% de fallas en la productividad comercial, produciéndose una tasa de éxito al implementar el sistema de automatización del proceso, siendo un 16.30% de mejora, esto alude a una significancia $< 0,05$; concluyendo que la gestión empleada por la empresa permite mejorar el rendimiento siempre y cuando se haga uso de la retroalimentación, ya que esto permite la mejora en los procesos de productividad comercial, dando paso a una mejora sustancial y volviendo las ventas mucho más beneficiosas.

Así mismo, se relación similarmente con Llaxa (2019), quien indicó que el 6.67% del personal casi nunca perciben características de la variable gestión de capacitación, el 50% percibe que a veces y el 43.3% casi siempre; con respecto al rendimiento, el 40% percibe que a veces, el 40% casi siempre y el 3.3% siempre; identificando un $r = 0,677$ y un $sig. < 0,05$; concluyendo de esta manera, que la productividad comercial se ve afectada cuando no se gestiona adecuadamente el rendimiento del trabajador, siendo importante la aplicación de la retroalimentación para una mejora continua.

En el aspecto conceptual, también se identificó relación con la retroalimentación, permitiendo mejorar el desempeño o resultados por medio de información clara, donde se solucionen las dudas que pudieron surgir durante el trabajo; teniendo como objetivo mejorar el rendimiento o lograr un ajuste más efectivo entre las metas y los estándares deseados (Robbins y Judge, 2019).

Con ello, se concluye que la retroalimentación es un componente importante para la productividad comercial, pues a través de ella se logra despejar dudas y aclarar ideas que susciten en el día a día, mejorándose así, cada actividad que realiza la empresa.

VI. CONCLUSIONES

Se determinó una influencia alta, significativa, positiva y directa de p valor = 0,000 y $r_s = 0,865^{**}$ de la gestión de rendimiento en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023; es decir, si la empresa, emplea estrategias de mejora continua en la gestión de rendimiento, se alcanzará el objetivo de ventas reflejado en la productividad comercial.

Se estableció una influencia moderada, significativa, positiva y directa de p valor = 0,000 y $r_s = 0,537^{**}$ de la planificación en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023; es decir, al establecer objetivos claros y técnicas ligadas al cumplimiento de la productividad del colaborador, se podrá mejorar la productividad comercial.

Se estableció una influencia moderada, significativa, positiva y directa de p valor = 0,000 y $r_s = 0,697^{**}$ de las metas y compromiso en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023; es decir, si el personal no cumple con las metas y compromisos indicados por la empresa, se verá perjudicada la productividad comercial.

Se estableció una influencia moderada, significativa, positiva y directa de p valor = 0,000 y $r_s = 0,520^{**}$ del seguimiento y evaluación en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023; es decir, un control continuo de las labores realizadas, permite influir positivamente en la productividad comercial.

Se estableció una influencia moderada, significativa, positiva y directa de p valor = 0,000 y $r_s = 0,533^{**}$ de la retroalimentación en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023; es decir, volver a reforzar la información permite una mejor productividad comercial.

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda al área comercial, realizar una evaluación minuciosa de la gestión de rendimiento a través de los 5 KPI de las ventas, ya que la productividad comercial se ve afectada cuando no existe un buen rendimiento del trabajador.

Se recomienda al área comercial, realizar una planificación adecuada de los objetivos a alcanzar, trazando metas y solicitando avances progresivos del rendimiento del trabajador, de esta manera, se podrá conocer si la productividad comercial mejora.

Se recomienda al área comercial, evaluar las metas y compromisos trazados en el plan que tienen trimestralmente, con la finalidad de conocer si son alcanzables o necesitan mejorarse, para que así la productividad comercial, se vuelva más efectiva.

Se recomienda al área comercial, realizar el seguimiento y la evaluación respectiva de los objetivos trazados como parte de la gestión del rendimiento, de esta manera se podrán tomar medidas de corrección, para mejorar la productividad comercial.

Se recomienda al área comercial, realizar retroalimentaciones con la finalidad de explicar aquellas deficiencias detectadas y buscar una mejora continua, que beneficie a la productividad comercial.

REFERENCIAS

- Amri, M.M. y Drummond, D. (2021). Punctuating the equilibrium: an application of policy theory to COVID-19. *Policy Design and Practice*, 4(1), 33-43.
<http://doi.org/10.1080/25741292.2020.1841397>
- Bacal, R. (2009). *Cómo mejorar el rendimiento: técnicas para aumentar la productividad*. Profit Editorial.
- Bejarano, J. (2020). Business management model in the revitalization of MYPEs of clothing of an Industrial Park. *Muro de la Investigación*,1(2), 1-23.
<https://doi.org/10.17162/rmi.v6i2.1637>
- Bello, E. (2022). *Las 5 fuerzas de Porter: Qué son, ejemplos y cómo aplicarlo a tu negocio*. Marketing Digital. <https://www.iebschool.com/blog/las-5-fuerzas-porter-marketing-digital/>
- Bocanegra, K. (2022). *Estrategias de marketing y su influencia en las ventas de una empresa comercial, Trujillo, 2022* [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio UCV.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/101700>
- Buenrostro, H. y Hernández, M. (2019). The Incorporation of ICT in Firms. Factors of the Digital Divide in MSMEs of Aguascalientes. *Economía: teoría y práctica*, 27(50), 101-124.
<http://dx.doi.org/10.24275/ETYPUAM/NE/502019/Buenrostro>
- Calvo, J., Pelegrín, A. y Saturnina, M. (2018). Theoretical Approaches to Evaluate Efficiency and Efficacy in Primary Healthcare Services in the Public Sector. *Retos de la Dirección*, 12(1), 96-118.
<http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v12n1/rdir06118.pdf>
- Casarotto, C. (07 de mayo de 2021). *Plan de capacitación de ventas: Conoce los pasos para capacitar a tus vendedores*.
<https://rockcontent.com/es/blog/plan-de-capacitacion-de-ventas/>

- Castellanos, E., López, G. y Ramirez, J. (2020). *Plan estratégico de telefónica del Perú S.A.A* [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio PUCP. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/17359/PLAN%20ESTRAT%C3%89GICO-TELEF%C3%93NICA%20DEL%20PER%C3%9A-CASTELLANOS.pdf>
- Domiguez, L. (2022). *La gestión administrativa y su influencia en el incremento de la rentabilidad de una pequeña empresa comercial al año 2022* [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/100419/Domiguez_FLM%20-%20SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Drucker, P. (1994). *Gerencia para el futuro*. Editorial Norma.
- Fayol, H. (1984). *Administración Industrial y General*. Ateneo.
- Fontalvo, T., De La Hoz, E. y Morelos, J. (2017) La productividad y sus factores: incidencia en el mejoramiento organizacional. *Dimensión Empresarial*, 15(2), 47-60. <http://dx.doi.org/10.15665/rde.v15i2.1375>
- Franco, J., Uribe, J. y Agudelo, S. (2021). Factores clave en la evaluación de la productividad: Estudio de caso. *Revista CEA*, 7(15), 1-30. <https://www.redalyc.org/journal/6381/638168190005/638168190005.pdf>
- George, R., Gámez, Y., Matos, D., González, I., Labori, R. y Guevara, S. (2022). Efficacy, effectiveness, efficiency and equity in relation to quality in health services. *Infodir*, 35, 1-27. <http://scielo.sld.cu/pdf/infd/n35/1996-3521-infd-35-e974.pdf>
- Gobierno del Perú (2020). *Gestión del Rendimiento – GDR*. <https://www.gob.pe/institucion/servir/campa%C3%B1as/4914-gestion-del-rendimiento-gdr/>
- Gobierno del Perú (2019). Plan nacional de competitividad y productividad. *Ministerio de Economía y Finanzas*. https://www.mef.gob.pe/concdecompetitividad/Plan_Nacional_de_Competitividad_y_Productividad_PNCP.pdf

- Gutiérrez, J., Amado, J., Palomino, M. y Arias, J. (2023). Resilience: Is a key factor in process management and business productivity. *Revista Electrónica de Ciencias de la Educación, Humanidades, Artes y Bellas Artes*, 5(10), 124-135. <http://dx.doi.org/10.35381/e.k.v5i10.2066>
- Gutiérrez, M., Bordas, J., Piñón, L. y Sapién, A. (2022). Do I work where I live? Or do I live where I work? Conditions related to productivity of teleworkers in Chihuahua, Mexico. *Información tecnológica*, 33(2), 309-320. <https://www.scielo.cl/pdf/infotec/v33n2/0718-0764-infotec-33-02-309.pdf>
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de investigación: Las Rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas*. Mc Graw Hill Interamericana.
- Huayta, S. (2021). The total quality services and business productivity of receptive tourism in Miraflores, 2019. *Quipukamayoc*, 29(59), 77-84. <http://dx.doi.org/10.15381/quipu.v29i59.20192>
- Jones, O., Devins, D. y Barnes, G. (2023). Developing SME performance management practices: Interventions for improving productivity, *International Journal of Productivity and Performance Management*. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-03-2022-0157>
- Koontz, H., Weihrich, H. y Cannice, M. (2012). *Administración una perspectiva global y empresarial* (14ª Ed.). Mc Graw Hill.
- Lee, Q.Y., Townsend, K. y Wilkinson, R. (2021). Frontline managers implementation of the formal and informal performance management systems. *Personnel Review*, 50 (1), 379-398. <https://doi.org/10.1108/PR-11-2019-0639>
- Llaxa, M. (2019). *Gestión de capacitación y rendimiento laboral de la Financiera Qapaq, agencia Los Olivos, Lima 2019* [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/54147/Llaxa_FMD-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Locke, E. A. y Latham, G. P. (2019). The development of goal setting theory: A half century retrospective. *Motivation Science*, 5(2), 93–105. <https://doi.org/10.1037/mot0000127>

- Lohr, S. (2020). *Desing and Analysis* (3ª Ed.). CRC Press.
- Maradiegue, P. (2022). *Gestión del talento humano y desempeño laboral en trabajadores de una empresa de servicios de Trujillo, 2022* [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio UCV. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/110063/Maradiegue DPR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/110063/Maradiegue_DPR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Martínez, A. (2022). Control de Calidad y gestión del rendimiento de los empleados. *Universidad de Murcia*, 10360, 1-24. <https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/119551/1/03%20Gestio%CC%81n%20del%20rendimiento%20de%20los%20empleados%20en%20Organizaciones%20Deportivas.pdf>
- Mattos, R. (2021). *Propuesta de mejora de procesos para incrementar la productividad de un distribuidor de telefonía móvil. Trujillo 2021* [Tesis de maestría, Universidad Privada del Norte]. Repositorio UPN. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/28407/Mattos%20Alvarado%e2%80%8b%2c%20e2%80%8bRalph.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Molina, A., Diéguez, J. y Galache, M.T (2022). Financial literacy in SMEs: a bibliometric analysis and a systematic literature review of an emerging research field. *Rev Manag Sci*, 17, 787-826. <https://doi.org/10.1007/s11846-022-00556-2>
- Mucha, L., Chamorro, R., Oseda, M. y Alania, R. (2021). Evaluación de procedimientos empleados para determinar la población y muestra en trabajos de investigación de posgrado. *Revista Desafíos*, 12(1), 50–57. <https://doi.org/10.37711/desafios.2021.12.1.253>.
- Oettingen, G. (2019). Locke and Latham's legacy provides a model of courage. *Motivation Science*, 5(2), 108–109. <https://doi.org/10.1037/mot0000131>
- Palacios, M. (2020). Strategic Planning, a functional instrument within organizations. *Revista Nacional de Administración*, 11(2), 57-68. <https://www.scielo.sa.cr/pdf/rna/v11n2/1659-4908-rna-11-02-2756.pdf>

- Patton, M. (2012). A utilization-focused approach to contribution analysis. *Evaluation*. 18 (3), 364-377. <http://doi.org/10.1177/1356389012449523>
- Pursell, S. (2022). Estrategia empresarial: tipos, implementación y ejemplos. <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategia-empresarial>
- Quispe, C. (2020). *La gestión del rendimiento y el trabajo en equipo del personal administrativo de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, 2019* [Tesis de maestría, Universidad Privada de Tacna]. Repositorio UPT. <https://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/1540>
- Ramírez, G., Magaña, D. y Ojeda, R. (2022). Productivity, aspects that benefit the organization. Systematic review of scientific production. *Trascender, contabilidad y gestion*, 7(20), 189-208. <https://www.scielo.org.mx/pdf/tcg/v7n20/2448-6388-tcg-7-20-189.pdf>
- Robbins, S. y Judge T. (2009). *Comportamiento organizacional* (13a Ed.). Pearson Educación.
- Romero, J. (2022). Influencia del sistema automatizado de configuraciones sobre el proceso de gestión del cambio del área IP de una operadora móvil en Perú frente a la pandemia de COVID-19. *Industrial Data*, 25(1), 25(1), 181-203. <https://doi.org/10.15381/idata.v25i1.22036>
- Sanchez, H., Reyes, C. y Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanista*. <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>
- Santander, U. (04 de marzo de 2022). *Las 4 P del marketing mix: ¿cuáles son y cómo han evolucionado?* <https://www.becas-santander.com/es/blog/las-4-p-del-marketing.html>
- Sekaran, U. y Bougie, R. (2016) *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7a Ed.). Wiley & Sons, West Sussex.

- Soledispa, X., Álvarez, I., Baque, A. y Cantos, B. (2021). Information and communication technologies in the business management of SMEs. *Polo del Conocimiento*, 56(3), 476-496. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i3.2382>
- Solis, L. E. y Robalino, R. C. (2019). El papel de las PYMES en las sociedades y su problemática empresarial. *INNOVA Research Journal*, 4(3), 85–93. <https://doi.org/10.33890/innova.v4.n3.2019.949>
- Solis, M. A., Palomino, M. R., Alanya, J. y Vera, G. (2022). Human resources and business management at Ingelectros Peru S. A. in Los Olivos-Peru. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVIII (Especial 5), 210-219. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85131411055&doi=10.31876%2frcs.v28i.38157&partnerID=40&md5=e762e464f36a59d3ec8740df92c4ae5f>
- Taylor, F. (1984). *Principios de la administración científica*. Ateneo.
- Teece, D. J., Pisano, G. y Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199708\)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-z](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-z)
- Tseng, S y Levy, P. (2019). A multilevel leadership process framework of performance management. *Human Resource Management Review*, 29(4). <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2018.10.001>
- Torres, D. (2020). *¿Alta rotación de personal? Causas, consecuencias y soluciones*. <https://blog.hubspot.es/sales/rotacion-personal>
- Zárate, J. (2018). *Modelo de gestión del rendimiento para el cumplimiento de objetivos mejorando la satisfacción laboral en los colaboradores de una empresa administradora de servicios de salud de Lima Metropolitana* [Tesis de maestría, Universidad Ricardo Palma]. Repositorio URP. https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/2342/T030_10612441_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

Anexo 1. Tabla de operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Nivel de medición
Gestión del rendimiento	Son aquellos equipos para mejorar el éxito que tiene cada empleado con respecto al trabajo diario, involucrando a cada área que permita en conjunto lograr una mayor rentabilidad por medio de la eficiencia en el rendimiento de los trabajadores (Bacal, 2009).	La gestión del rendimiento es un proceso sistemático que implica la planificación, monitoreo, evaluación y mejora continua del desempeño de los individuos, equipos o de una organización en su conjunto, con el objetivo de alcanzar los objetivos establecidos; fue medible por medio del cuestionario con escala Likert, conteniendo 12 ítems relacionados a las dimensiones de la variable productividad comercial.	Planificación	Cronogramas y planes de actividades.	Ordinal
			Metas y compromisos	Criterios de evaluación para el cumplimiento de lo acordado.	
			Seguimiento y evaluación	Evidencias y estrategias empleadas. Logros alcanzados.	
			Retroalimentación	Resultados y necesidad de mejora.	
Productividad comercial	La capacidad para incrementar los ingresos, optimizando los recursos disponibles, y mejorando la rentabilidad, la cual se sustenta en cada	La productividad es una medida cuantitativa de la eficiencia con la que se utilizan los recursos para producir bienes, servicios o	Eficacia	Producción de calidad en el tiempo estipulado.	Ordinal
			Eficiencia	Producción de calidad menor al tiempo estipulado.	

	<p>proceso que tiene la empresa, hasta llegar a las ventas, donde el número de ventas permite conocer la capacidad de ingresos que sustenta la organización (Gutiérrez, 2023).</p>	<p>resultados deseados. Se refiere a la relación entre la producción obtenida y los insumos utilizados para generar esa producción; fue medible por medio del cuestionario con escala Likert, conteniendo 9 ítems relacionados a las dimensiones de la variable productividad comercial.</p>	<p>Efectividad</p>	<p>Producción de calidad y a tiempo.</p>	
--	--	--	--------------------	--	--

Anexo 2. Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p>Problema general: ¿En qué medida influye la gestión de rendimiento en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023?</p>	<p>Objetivo general: Determinar en qué medida influye la gestión de rendimiento en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>1. Establecer en qué medida la planificación influye en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023.</p> <p>2. Establecer en qué medida las metas y compromisos influyen en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023.</p> <p>3. Establecer en qué medida el seguimiento y evaluación influyen en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones,</p>	<p>Hipótesis general: Existe influencia directa y significativa de la gestión de rendimiento en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023.</p>	<p>Independiente: Gestión del Rendimiento</p>	Planificación	<p>Tipo de investigación: Aplicada.</p> <p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Diseño de investigación: No experimental, transversal, descriptivo, correlacional.</p> <p>Diseño:</p> <p>Población: 130 colaboradores de ventas.</p> <p>Muestra: conformado por 97 colaboradores de ventas.</p> <p>Técnicas e Instrumento de recolección de datos:</p> <p>Técnica: Encuesta: Instrumento: Cuestionario</p> <p>Técnicas de análisis y de procesamiento de datos:</p> <p>Tablas de frecuencias por niveles y Prueba de Normalidad para la prueba de hipótesis</p> <p>Se trabajará con el software Ms Excel y el SPSS v. 26.</p>
				Metas y compromisos	
				Seguimiento y Evaluación	
			<p>Dependiente: Productividad comercial</p>	Retroalimentación	
				Eficacia	
				Eficiencia	
Efectividad					

	<p>Trujillo 2023.</p> <p>4. Establecer en qué medida la retroalimentación influye en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023.</p>				
--	---	--	--	--	--

Anexo 3. Instrumento de recolección de datos

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

Gestión del rendimiento en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023

CUESTIONARIO DE GESTIÓN DEL RENDIMIENTO

Elaborado por Escobedo (2023).

INSTRUCCIONES: Estimado colaborador sírvase marcar con una (x), según su opinión. El cuestionario es de carácter ANONIMO y su procesamiento será reservado por lo que se agradece su sinceridad.

A. DATOS GENERALES

Edad: 18-25 años 26-35 años 36 a más

Sexo: Masculino Femenino

Tiempo de servicio: 3 meses > a 3 meses.

ESCALA DE RESPUESTA:

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre					
1	2	3	4	5					
Nº	D1. Planificación				1	2	3	4	5
1	Utilizan cronogramas para el desarrollo de sus actividades diarias.								
2	Se promueve la constante sensibilización en el personal sobre los planes a seguir para el cumplimiento de objetivos.								
3	Se cuenta con objetivos trazados y socializados por la empresa.								
	D2. Metas y compromisos				1	2	3	4	5
4	Se promueve el compromiso del personal para que pueda alcanzar sus metas del área.								
5	El personal tiene claridad sobre sus metas en la empresa.								
	D3. Seguimiento y Evaluación				1	2	3	4	5
6	Las políticas de trabajo son claras para el cumplimiento de las tareas del área.								
7	Se generan reuniones para hacer seguimiento del avance de los logros alcanzados.								
8	Se tiene jefes que promueven la autocrítica para mejorar el desempeño laboral.								
9	Se evalúa con frecuencia el logro de las metas.								
10	La evaluación del logro de las metas permite identificar las brechas de mejora.								
	D4. Retroalimentación				1	2	3	4	5
11	Los resultados encontrados son usados para dar retroalimentación al personal.								
12	El retroalimentar me permite mejorar el rendimiento dentro del área.								

**CATEGORIZACIÓN DE LOS NIVELES DE GESTIÓN DEL RENDIMIENTO Y SUS
DIMENSIONES**

Gestión del rendimiento (ítem 1 – 12)	Bajo	Regular	Alto
	12 – 16	17 - 32	33 – 60
Planificación (ítem 1 – 3)	3 – 7	8 -11	12 – 15
Metas y compromisos (ítem 4 – 5)	2 – 4	5 - 7	8 – 10
Seguimiento y evaluación (ítem 6 – 10)	5 – 10	11-18	19 – 25
Retroalimentación (ítem 11 – 12)	2 – 4	5 - 7	8 – 10

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

Gestión del rendimiento en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023

CUESTIONARIO DE PRODUCTIVIDAD COMERCIAL

Elaborado por Escobedo (2023).

INSTRUCCIONES: Estimado colaborador sírvase marcar con una (x), según su opinión. El cuestionario es de carácter ANONIMO y su procesamiento será reservado por lo que se agradece su sinceridad.

B. DATOS GENERALES

- Edad: 18-25 años 26-35 años 36 a más
- Sexo: Masculino Femenino
- Tiempo de servicio: 3 meses > a 3 meses.

ESCALA DE RESPUESTA:

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre					
1	2	3	4	5					
N°	D1. Eficacia				1	2	3	4	5
1	Culmina sus actividades a tiempo.								
2	Cumple con las metas brindando la información correcta.								
3	Es atento y brinda un buen trato.								
	D2. Eficiencia				1	2	3	4	5
4	El tiempo empleado para cumplir con sus actividades es menor al estipulado por el área.								
5	Hace uso adecuado de los recursos asignados para cumplir con su trabajo.								
6	Cumple con sus funciones de forma asertiva.								
	D3. Efectividad				1	2	3	4	5
7	Cumple con el trabajo encargado en términos de cantidad.								
8	Cumple exactamente con el trabajo encargado, según lineamientos solicitados.								
9	Entrega sus informes y/o cumple las labores con prontitud, sin retrasos o demoras que afecten la productividad comercial.								

CATEGORIZACIÓN DE LOS NIVELES DE PRODUCTIVIDAD COMERCIAL Y SUS DIMENSIONES

Productividad comercial (ítem 1 – 9)	Bajo	Regular	Alto
	9 – 21	22 - 33	34 - 45
Eficacia (ítem 1 – 3)	3 – 7	8 -11	12 - 15
Eficiencia (ítem 4 – 6)	3 – 7	8 -11	12 - 15
Efectividad (ítem 7 – 9)	3 – 7	8 -11	12 - 15

Anexo 4. Cálculo del tamaño de la muestra

Formula de la muestra

$$n = \frac{NZ^2p^2}{(N - 1)E^2 + Z^2p^2}$$

Dónde:

N = 130 participantes, siendo la población del estudio.

Z = Nivel de confianza al 95% (1.96)

p = Probabilidad de éxito / fracaso (0.5)

E = Margen de error (0.05)

Al reemplazar:

$$n = \frac{130 \times 1.96^2 \times 0.5^2}{(130 - 1)0.05^2 + 1.96^2 \times 0.5^2}$$

$$n = 97$$

Se tendrá 97 participantes en la investigación.

Anexo 5. Confiabilidad del alfa de Cronbach

Gestión del rendimiento

CUESTIONARIO DE GESTIÓN DEL RENDIMIENTO													Total
N°	D1. Planificación			D2. Metas y compromisos		D3. Seguimiento y Evaluación					D4. Retroalimentación		
	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	
1	3	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	50
2	4	3	5	3	5	4	5	2	5	3	3	3	45
3	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	55
4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	47
5	1	3	4	2	5	1	5	3	5	3	3	4	39
6	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	54
7	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	27
8	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	54
9	2	3	3	2	5	5	5	1	5	4	2	5	42
0	4	4	5	3	5	5	5	4	5	5	3	3	51
1	1	1	2	1	3	1	4	2	4	2	1	2	24
1	4	1	1	1	4	4	4	2	4	2	1	1	29
1	4	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	36
1	2	3	2	2	3	2	4	3	4	3	4	3	35
1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	48
1	3	4	2	2	4	2	3	3	2	4	2	3	34
1	2	3	4	4	2	3	3	3	2	2	2	3	33
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
1	3	4	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	45
2	4	3	3	3	3	2	4	2	2	3	2	3	34

		N	%
Casos	Válido	20	100.0
	Excluido ^a	0	0.0
	Total	20	100.0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.925	12

Productividad comercial

CUESTIONARIO DE PRODUCTIVIDAD COMERCIAL										
N°	D1. Eficacia			D2. Eficiencia			D3. Efectividad			TOTAL
	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	
1	4	4	5	4	4	4	4	4	3	36
2	4	5	5	4	5	5	4	5	5	42
3	5	5	5	4	4	5	4	4	5	41
4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	43
5	4	5	5	3	5	5	4	4	5	40
6	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
7	4	4	4	2	4	4	4	4	3	33
8	4	5	5	3	5	4	5	5	5	41
9	3	3	5	2	4	4	4	5	5	35
10	4	4	5	3	5	5	4	5	5	40
11	3	2	4	1	3	2	3	3	4	25
12	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
13	4	5	5	3	4	4	3	4	4	36
14	3	4	2	3	4	3	3	2	3	27
15	4	4	4	5	5	5	4	4	4	39
16	3	4	3	2	1	2	2	1	2	20
17	2	3	2	3	2	3	3	2	3	23
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
19	4	3	5	2	4	4	4	4	4	34
20	3	4	2	1	4	3	3	1	3	24

		N	%
Casos	Válido	20	100.0
	Excluido ^a	0	0.0
	Total	20	100.0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.938	9

Anexo 6. Matriz de juicios de expertos

MATRIZ DE JUICIO DE EXPERTOS 1

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS
EXPERTO N° 1

DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres del Informante: Ramos Flores Francisco Alejandro
- 1.2. Institución donde Labora: Universidad Privada Antenor Orrego – Campus Piura
- 1.3. Título de la Investigación:
"Gestión del rendimiento en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023"
- 1.4. Nombre del Instrumento motivo de evaluación:
"Cuestionario de gestión del rendimiento y Cuestionario de productividad comercial"
- 1.5. Aspectos de evaluación

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

VARIABLES	DIMENSIÓN	ÍTEMES	CRITERIOS DE EVALUACION								Observaciones y/o recomendaciones
			Objetividad		Pertinencia		Relevancia		claridad		
			SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Variable N° 01: DE GESTIÓN DEL RENDIMIENTO	1. Planificación	1. Utilizan cronogramas para el desarrollo de sus actividades diarias.	X		X		X		X		
		2. Se promueve la constante sensibilización en el personal sobre los planes a seguir para el cumplimiento de objetivos.	X		X		X		X		
		3. Se cuenta con objetivos trazados y socializados por la empresa.	X		X		X		X		
	2. Metas y compromisos	4. Se promueve el compromiso del personal para que pueda alcanzar sus metas del área.	X		X		X		X		
		5. El personal tiene claridad sobre sus metas en la empresa.	X		X		X		X		
	3. Seguimiento y Evaluación	6. Las políticas de trabajo son claras para el cumplimiento de las tareas del área.	X		X		X		X		

		7. Se generan reuniones para hacer seguimiento del avance de los logros alcanzados.	X		X		X		X		
		8. Se tiene jefes que promueven la autocritica para mejorar el desempeño laboral.	X		X		X		X		
		9. Se evalúa con frecuencia el logro de las metas.	X		X		X		X		
		10. La evaluación del logro de las metas permite identificar las brechas de mejora.	X		X		X		X		
	4. Retroalimentación	11. Los resultados encontrados son usados para dar retroalimentación al personal.	X		X		X		X		
		12. El retroalimentar me permite mejorar el rendimiento dentro del área	X		X		X		X		
Variable N° 02: PRODUCTIVIDAD COMERCIAL	1. Eficacia.	13. Culmina sus actividades a tiempo.	X		X		X		X		
		14. Cumple con las metas brindando la información correcta.	X		X		X		X		
		15. Es atento y brinda un buen trato.	X		X		X		X		
	2. Eficiencia	16. El tiempo empleado para cumplir con sus actividades es menor al estipulado por el área.	X		X		X		X		
		17. Hace uso adecuado de los recursos asignados para cumplir con su trabajo.	X		X		X		X		
		18. Cumple con sus funciones de forma asertiva.	X		X		X		X		
	3. Efectividad	19. Cumple con el trabajo encargado en términos de cantidad.	X		X		X		X		
		20. Cumple exactamente con el trabajo encargado, según lineamientos solicitados.	X		X		X		X		
		21. Entrega sus informes y/o cumple las labores con prontitud, sin retrasos o demoras que afecten la productividad comercial.	X		X		X		X		

FICHA DE VALIDACIÓN

Matriz de validación del instrumento

Nombre del instrumento: Cuestionario de encuesta sobre el gestión del rendimiento y productividad comercial

Objetivo: Validar el instrumento de investigación.

Dirigido a: 97 colaboradores del departamento de ventas de una empresa de Telecomunicaciones en Trujillo, La Libertad, 2023.

Apellidos y nombres del evaluador:

Ramos Flores Francisco Alexandro

Grado académico del evaluador:

Doctor en Administración

Valoración:

Muy deficiente	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno
				X



.....
Ramos Flores Francisco Alexandro
DNI: 32982571

MATRIZ DE JUICIO DE EXPERTOS 2

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS
EXPERTO N° 2

DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres del Informante: **Lau Chávez Elsa Mercedes**
- 1.2. Institución donde Labora: **Servicios Industriales de la Marina**
- 1.3. Título de la Investigación:
"Gestión del rendimiento en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023"
- 1.4. Nombre del Instrumento motivo de evaluación:
"Cuestionario de gestión del rendimiento y Cuestionario de productividad comercial"
- 1.5. Aspectos de evaluación

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

VARIABLES	DIMENSIÓN	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACION								Observaciones y/o recomendaciones
			Objetividad		Pertinencia		Relevancia		claridad		
			SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Variable N° 01: DE GESTIÓN DEL RENDIMIEN TO	1. Planificación	1. Utilizan cronogramas para el desarrollo de sus actividades diarias.	X		X		X		X		
		2. Se promueve la constante sensibilización en el personal sobre los planes a seguir para el cumplimiento de objetivos.	X		X		X		X		
		3. Se cuenta con objetivos trazados y socializados por la empresa.	X		X		X		X		
	2. Metas y compromisos	4. Se promueve el compromiso del personal para que pueda alcanzar sus metas del área.	X		X		X		X		
		5. El personal tiene claridad sobre sus metas en la empresa.	X		X		X		X		
	3. Seguimiento y Evaluación	6. Las políticas de trabajo son claras para el cumplimiento de las tareas del área.	X		X		X		X		

		7. Se generan reuniones para hacer seguimiento del avance de los logros alcanzados.	X		X		X		X		
		8. Se tiene jefes que promueven la autocrítica para mejorar el desempeño laboral.	X		X		X		X		
		9. Se evalúa con frecuencia el logro de las metas.	X		X		X		X		
		10. La evaluación del logro de las metas permite identificar las brechas de mejora.	X		X		X		X		
	4. Retroalimentación	11. Los resultados encontrados son usados para dar retroalimentación al personal.	X		X		X		X		
		12. El retroalimentar me permite mejorar el rendimiento dentro del área	X		X		X		X		
Variable N° 02: PRODUCTIVIDAD COMERCIAL	1. Eficacia.	13. Culmina sus actividades a tiempo.	X		X		X		X		
		14. Cumple con las metas brindando la información correcta.	X		X		X		X		
		15. Es atento y brinda un buen trato.	X		X		X		X		
	2. Eficiencia	16. El tiempo empleado para cumplir con sus actividades es menor al estipulado por el área.	X		X		X		X		
		17. Hace uso adecuado de los recursos asignados para cumplir con su trabajo.	X		X		X		X		
		18. Cumple con sus funciones de forma asertiva.	X		X		X		X		
	3. Efectividad	19. Cumple con el trabajo encargado en términos de cantidad.	X		X		X		X		
		20. Cumple exactamente con el trabajo encargado, según lineamientos solicitados.	X		X		X		X		
		21. Entrega sus informes y/o cumple las labores con prontitud, sin retrasos o demoras que afecten la productividad comercial.	X		X		X		X		

FICHA DE VALIDACIÓN

Matriz de validación del instrumento

Nombre del instrumento: Cuestionario de encuesta sobre el gestión del rendimiento y productividad comercial

Objetivo: Validar el instrumento de investigación.

Dirigido a: 97 colaboradores del departamento de ventas de una empresa de Telecomunicaciones en Trujillo, La Libertad, 2023.

Apellidos y nombres del evaluador:

Lau Chávez Elsa Mercedes

Grado académico del evaluador:

Doctora en Administración

Valoración:

Muy deficiente	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno
				X

Lau Chávez Elsa Mercedes DNI:
18181352

MATRIZ DE JUICIO DE EXPERTOS 3

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS
EXPERTO N° 3

DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres del Informante: **Bocanegra Díaz Kattia Giuliana**
- 1.2. Institución donde Labora: Unidad de Gestión Educativa Local N°2 "La Esperanza"
- 1.3. Título de la Investigación:
"Gestión del rendimiento en la productividad comercial de una empresa de Telecomunicaciones, Trujillo 2023"
- 1.4. Nombre del Instrumento motivo de evaluación:
"Cuestionario de gestión del rendimiento y Cuestionario de productividad comercial"
- 1.5 Aspectos de evaluación

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

VARIABLES	DIMENSIÓN	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACION								Observaciones y/o recomendaciones
			Objetividad		Pertinencia		Relevancia		claridad		
			SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Variable N° 01: DE GESTIÓN DEL RENDIMIENTO	1. Planificación	1. Utilizan cronogramas para el desarrollo de sus actividades diarias.	X		X		X		X		
		2. Se promueve la constante sensibilización en el personal sobre los planes a seguir para el cumplimiento de objetivos.	X		X		X		X		
		3. Se cuenta con objetivos trazados y socializados por la empresa.	X		X		X		X		
	2. Metas y compromisos	4. Se promueve el compromiso del personal para que pueda alcanzar sus metas del área.	X		X		X		X		
		5. El personal tiene claridad sobre sus metas en la empresa.	X		X		X		X		
	3. Seguimiento y Evaluación	6. Las políticas de trabajo son claras para el cumplimiento de las tareas del área.	X		X		X		X		
		7. Se generan reuniones para hacer seguimiento del avance de los logros alcanzados.	X		X		X		X		

		8. Se tiene jefes que promueven la autocrítica para mejorar el desempeño laboral.	X		X		X		X		
		9. Se evalúa con frecuencia el logro de las metas.	X		X		X		X		
		10. La evaluación del logro de las metas permite identificar las brechas de mejora.	X		X		X		X		
	4. Retroalimentación	11. Los resultados encontrados son usados para dar retroalimentación al personal.	X		X		X		X		
		12. El retroalimentar me permite mejorar el rendimiento dentro del área	X		X		X		X		
	Variable N° 02: PRODUCTIVIDAD COMERCIAL	1. Eficacia.	13. Culmina sus actividades a tiempo.	X		X		X		X	
14. Cumple con las metas brindando la información correcta.			X		X		X		X		
15. Es atento y brinda un buen trato.			X		X		X		X		
2. Eficiencia		16. El tiempo empleado para cumplir con sus actividades es menor al estipulado por el área.	X		X		X		X		
		17. Hace uso adecuado de los recursos asignados para cumplir con su trabajo.	X		X		X		X		
		18. Cumple con sus funciones de forma asertiva.	X		X		X		X		
3. Efectividad		19. Cumple con el trabajo encargado en términos de cantidad.	X		X		X		X		
		20. Cumple exactamente con el trabajo encargado, según lineamientos solicitados.	X		X		X		X		
		21. Entrega sus informes y/o cumple las labores con prontitud, sin retrasos o demoras que afecten la productividad comercial.	X		X		X		X		

FICHA DE VALIDACIÓN

Matriz de validación del instrumento

Nombre del instrumento: Cuestionario de encuesta sobre la gestión del rendimiento y productividad comercial

Objetivo: Validar el instrumento de investigación.

Dirigido a: 97 colaboradores del departamento de ventas de una empresa de Telecomunicaciones en Trujillo, La Libertad, 2023.

Apellidos y nombres del evaluador:

Bocanegra Díaz Kattia Giuliana

Grado académico del evaluador:

Maestra en Administración de Negocios - MBA

Valoración:

Muy deficiente	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno
				X



.....
Bocanegra Díaz Kattia Giuliana
DNI N°46211679