



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS-MBA**

Influencia de la satisfacción laboral en las ventas de la
microempresa Cheese and Cheese, Ecuador, 2023

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Administración de Negocios - MBA

AUTOR:

Guzman Zapata, Leonardo Flavio (ORCID: 0009-0006-1830-4215)

ASESORES:

Mg. Moran Requena, Hugo Samuel (orcid.org/0000-0002-7077-0911)

Dr. Robladillo Bravo, Liz Maribel (orcid.org/0000-0002-8613-1882)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y Herramientas Gerenciales

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2023

Dedicatoria

Dedico este trabajo a Dios que me ha guiado siempre, a mi familia que han ayudado motivándome y acompañándome en cada instante.

Agradecimiento

Le agradezco principalmente a Dios por ser mi fortaleza en cada paso de mi vida, a mi familia que con su ayuda he podido cumplir cada uno de mis objetivos.

Índice de contenido

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenido	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	14
3.1 Tipo y diseño de la investigación	14
3.2 Variables y operacionalización	16
3.3 Población, muestra, muestreo	17
3.4 Técnica e instrumentos de recolección de datos	18
3.5 Procedimientos	19
3.6 Método de análisis de datos	20
3.7 Aspectos éticos	20
IV. RESULTADOS	21
V. DISCUSIÓN	31
VI. CONCLUSIONES	37
VII. RECOMENDACIONES	38
REFERENCIAS	39
ANEXOS	46

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1 <i>Datos de los expertos</i>	19
Tabla 2 <i>Confiabilidad de Alfa de Cronbach</i>	21
Tabla 3 <i>Cruce entre Satisfacción laboral vs ventas</i>	22
Tabla 4 <i>Cruce entre Satisfacción laboral vs gestión de ventas</i>	23
Tabla 5 <i>Cruce entre Satisfacción laboral vs tipos de ventas</i>	24
Tabla 6 <i>Cruce entre Satisfacción laboral vs captación de usuarios</i>	24
Tabla 7 <i>hipótesis general</i>	26
Tabla 8 <i>Pseudo R cuadrado de la hipótesis general</i>	27
Tabla 9 <i>Informe de ajuste de modelo de la hipótesis general</i>	27
Tabla 10 <i>Pseudo R cuadrado de la hipótesis general</i>	28
Tabla 11 <i>Informe de ajuste de modelo de la hipótesis general</i>	28
Tabla 12 <i>Pseudo R cuadrado de la hipótesis general</i>	29
Tabla 13 <i>Informe de ajuste de modelo de la hipótesis general</i>	29
Tabla 14 <i>Pseudo R cuadrado de la hipótesis general</i>	30

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1 <i>Diseño de la investigación correlacional - causal</i>	16
Figura 2 <i>Cruce entre Satisfacción laboral vs ventas</i>	21
Figura 3 <i>Cruce entre Satisfacción laboral vs gestión de ventas</i>	22
Figura 4 <i>Cruce entre Satisfacción laboral vs tipos de ventas</i>	23
Figura 5 <i>Cruce entre Satisfacción laboral vs captación de usuarios</i>	24

Resumen

El presente trabajo de investigativo tuvo como objetivo determinar como la satisfacción laboral influye en las ventas en la microempresa Cheese and Cheese Ecuador 2023. La investigación fue de tipo aplicada, con diseño correlacional, no experimental, transversal, con enfoque cualitativo. La muestra estuvo conformada por 74 empleados de la microempresa Cheese and Cheese que trabajaron dentro de los establecimientos y distintas sucursales, los datos fueron recogidos por medio de dos cuestionario, el uno era basado en la satisfacción laboral el otro a las ventas, con preguntas de auditoria propia, se utilizó el rango de la escala de LIKERT. Para la realización del análisis descriptivo diferencial en cuanto a la información que se obtuvo se usó el programa de Excel y el estadístico SPSS 25. Para establecer correlación entre las dos variables el cual fue de 0,733% reflejando un nivel de correlación positiva. Por lo cual se finaliza que existe correlación significativa entre la satisfacción laboral y las ventas en la microempresa Cheese and Cheese Ecuador 2023.

Palabras clave: satisfacción laboral, ventas, microempresa.

Abstract

The objective of this research work was to determine how job satisfaction influences sales in the microenterprise Cheese and Cheese Ecuador 2023. The research was of an applied type, with a correlational, non-experimental, cross-sectional design, with a qualitative approach. The sample consisted of 74 employees of the Cheese and Cheese microenterprise who worked within the establishments and different branches, the data was collected through two questionnaires, one was based on job satisfaction, the other on sales, with questions about own audit, the range of the LIKERT scale was obtained. To carry out the differential descriptive analysis regarding the information obtained, the Excel program and the SPSS 25 statistic were used. To establish a connection between the two variables, which was 0.733%, reflecting a positive connection level. Therefore, it is concluded that there is a significant connection between job satisfaction and sales in the microenterprise Cheese and Cheese Ecuador 2023.

Keywords: *job satisfaction, sales, microenterprise.*

I. INTRODUCCIÓN

En España, mediante un análisis se indicó que la crisis económica en los últimos años causó que varias de las empresas de los países de Europa aumentaran el nivel de desempleo, donde se provocaron una precariedad y situación sumamente compleja con un ambiente poco alentador. Siendo importante que dentro de las empresas cuenten siempre con una plantilla de empleadores motivados, competitivos, pero la situación ha sido complicada debido a la crisis que se evidencio en los países europeos por la pandemia, y que tenían a la población desmoralizada más que todo a empleados de España. Debido a la situación que atravesó el país, es importante que los empleados lleguen al área laboral motivados, alegres y contentos con toda la predisposición de trabajar (Laville, 2019).

En Argentina las empresas y microempresas se mantenían en decadencia en la competitividad debido a las ventas que efectuaban iban disminuyendo, los problemas que se presentaban como, el manejo de recursos humanos, el personal de trabajo o talento humano, el cual debió ser correcto, eran los pilares en cada una de las instituciones, el éxito de las empresas fue notable, después de ser identificados y analizados de acuerdo a la satisfacción laboral que se insertó en las estrategias que se enfocaban con el propósito de mejorar la atención y aumentar las ventas que se trazaban cada mes o anualmente, considerando el porcentaje de las ventas que era importante y que siempre los trabajadores hayan sido comprometidos con el trabajo colectivo para cada empresa (Pujol y Dabos, 2018).

En Perú, se analizó que la labor del personal de talento humano y su función diaria se la vinculo directamente con la influencia de las ventas, la cual no siempre se encontró en el punto más alto en poder satisfacer al empleado generando mayores complicaciones como la productividad y ventas, además, se determinó que la satisfacción laboral es parte del compromiso de los trabajadores que se vinculó directamente con las ganancias de la empresa y atención al usuario, la cual pudo ser un propósito fundamental en las necesidades que debió aplicar un gerente dentro de una empresa hacia los empleados, así como la

satisfacción y compromiso de forma adecuada a los servicios que ofreció, esto se alcanzó con responsabilidad en la administración, supervisores y demás trabajadores que buscaron ideas de generar mayores ventas. (Onofre, 2019)

La satisfacción laboral fue una de las actividades más importantes dentro del contexto empresarial, se han efectuado varios análisis sobre dicha área con el objetivo de efectuar un análisis de la influencia directa en el entorno empresarial y el análisis de la satisfacción del desempeño de cada trabajador, se han evidenciado serios problemas con la insatisfacción laboral de los empleados desarrollando complicaciones en el nivel de estabilidad laboral y también con el clima laboral dentro de una empresa o microempresa, de igual forma esto repercutió en la parte a la organización empresarial se desarrolló mejores estrategias que beneficiaban a los empleados logrando mejor estabilidad laboral y un excelente ambiente (Quispe y Sullca, 2020).

En Ecuador la satisfacción laboral se desempeña como un rol en la comunidad y la importancia en el desarrollo de varios análisis que sirvieron para la medición de la satisfacción laboral, además se analizó que desde la perspectiva psicológica se basó en los fenómenos individuales en el interior de una empresa que formaban todos los procesos de organizaciones que impactaron de manera negativa en los empleados. Indicaron que la satisfacción laboral tomo una importancia en el nivel organizativo de las empresas debido a los análisis que se efectuaron, se hizo énfasis en la vinculación entre la satisfacción laboral y las ventas debido a la productividad, además, se le agrego la rotación del personal (Villacís, 2022).

En Ecuador, se evidenciaron problemas en una empresa pública sobre todo cuando existió una mala gestión originando conflictos conduciendo a varios inconvenientes con los empleados, los errores más comunes son tener una mala comunicación para resolver los problemas o ser corregidos, en estos casos las oportunidades son muy limitadas debido a la mala relación que existe entre los gerentes de empresas y empleados. Por ende, existió otros problemas como el método que facilito la unificación de los empleados para lograr una mejor

interacción en el área empresarial, los problemas se resolvieron de forma inmediata para que existiera satisfacción laboral de los empleados (Ordoñez y Vasquez, 2019)

La insatisfacción laboral se presentó sentimientos negativos, en actitudes que advirtieron de una determinada conducta que se basaron en los diferentes aspectos a desarrollar dentro del área de trabajo. En el caso de las emociones con influencia positiva hicieron referencia a las gestiones constructivas, y la influencia negativa se basó en las gestiones no deseables como concierne a la insatisfacción que evidencian los empleados, estas conductas o comportamientos eran muy frecuentes cuando existían fuertes actitudes y eran persistentes en el área de labores, las actitudes influyeron de forma negativa en las ventas y productibilidad (Noboa et al., 2019).

Por este motivo, en este estudio se realizó la formulación del problema que planteo esta interrogante; ¿Cómo la satisfacción laboral influye en las ventas en la microempresa Cheese and Cheese Ecuador 2023?, además se establecieron los siguientes problemas específicos; 1. ¿Cómo la satisfacción laboral influye en la gestión de ventas en la microempresa Cheese and Cheese, Ecuador 2023? En el siguiente problema específico 2. Cómo la satisfacción laboral influye en los tipos de ventas en la microempresa Cheese and Cheese, Ecuador 2023? 3. ¿Cómo la satisfacción laboral influye en captación de clientes o usuarios en la microempresa Cheese and Cheese, Ecuador 2023?

La investigación se la justifico de manera práctica debido a que se realizó un análisis para determinar la satisfacción laboral y la influencia en las ventas de la microempresa, de manera que se pudo brindar información pertinente sobre la satisfacción laboral y la capacidad de ventas de los empleados. De la misma manera el desarrollo del estudio permitió analizar la incidencia de los factores en la satisfacción laboral y la influencia en las ventas, además, poder analizar en cada empleado las motivaciones laborales y el compromiso que tienen con la microempresa.

Finalmente, en cuanto a la justificación metodológica el estudio fue importante porque permitió analizar la satisfacción laboral, la actitud de cada personal que labora y la influencia en las ventas, así mismo se analizó los elementos y factores que incidieron en un alto nivel de ventas, generando así mayor productibilidad para obtener mejores beneficios en la microempresa, además, este estudio permitió la realización de otras investigaciones metodológicas a futuro.

Durante este análisis investigativo se estableció como objetivo general; Determinar como la satisfacción laboral influye en las ventas en la microempresa Cheese and Cheese Ecuador 2023, en referencia a los objetivos específicos; 1. Determinar como la satisfacción laboral influye en la gestión de ventas en la microempresa Cheese and Cheese, Ecuador 2023. 2. Determinar como la satisfacción laboral influye en los tipos de ventas en la microempresa Cheese and Cheese Ecuador 2023. 3. Determinar como la satisfacción laboral influye en la captación de clientes o usuarios en la microempresa Cheese and Cheese Ecuador 2023.

En referencia al estudio se ha establecido como hipótesis general Existe influencia significativa entre la satisfacción laboral y las ventas en la microempresa Cheese and Cheese, Ecuador, 2023, también se planteó como hipótesis específicas; 1. Existe influencia significativa entre la satisfacción laboral y la gestión de ventas en la microempresa Cheese and Cheese, Ecuador 2023. 2. Existe influencia significativa entre la satisfacción laboral y los tipos de ventas en la microempresa Cheese and Cheese, Ecuador, 2023. 3. Existe influencia significativa entre la satisfacción laboral y captación de clientes o usuarios en la microempresa Cheese and Cheese, Ecuador 2023.

II. MARCO TEÓRICO

En un estudio realizado por García (2020), en la ciudad de Pamplona, España donde se planteó como objetivo, analizar la incidencia de la satisfacción laboral sobre el desempeño laboral, así como en su requerimiento de las empresas. La metodología investigativa fue un estudio cuantitativo, diseño no experimental, correlacional. En base a los resultados se evidencio que la relación es positiva entre la satisfacción laboral-desempeño que realizaron en cada una de sus áreas de labores, también fue necesario indicar los rasgos de personalidad en un resultado significativo. En conclusión, se logró demostrar que la relación es positiva y contribuye a los aspectos que se relacionan con la satisfacción laboral. Así como promover los factores personales, edad y dependencia del ámbito laboral. Con sig. 0,000 menor a 0,05, y confiabilidad de 0,845. Lo cual dio aceptación a la hipótesis.

En otro análisis efectuado en San José, por parte de Ulate (2020), que se basó en determinar el impacto de la productividad empresarial y la satisfacción de los empleados. La metodología fue un tipo de investigación básico-descriptivo con enfoque cuantitativo. Los resultados, se establecieron de acuerdo con los análisis estadísticos de varios estudios previos basados en el grado de satisfacción laboral y de ventas siendo muy favorable la producción dado a la incidencia de que los empleados tienen satisfacción laboral y cuenta con los requerimientos necesarios para poder desarrollar sus labores. En conclusión, se analizaron varios determinantes estudios basados en el tema de estudio, se analizó que teniendo una mejor satisfacción laboral en los empleados se podrá mejorar la productividad o ventas, se obtuvo significancia de 0,000, y confiabilidad de 0,852 el cual demostró que existe influencia entre las dos variables, por lo cual se aceptó la hipótesis alterna.

Según, García (2022) en su estudio se estableció como objetivo; conocer la manera en qué incidió la satisfacción laboral en la producción y venta, para el desarrollo se empleó como metodología la investigación analítica, se realizó una revisión de varios estadística sobre la satisfacción laboral. En base a los resultados, en referencia de la satisfacción laboral solo el 71% llevo a cumplir con

los requerimientos y el otro 29% evidencio complicaciones para cumplir con una estabilidad laboral. En conclusión, la producción y ventas de la empresa dependieron de los empleados, la satisfacción laboral comprendió los requerimientos de los empleados para mejorar la productividad y ventas (García, 2022).

En un estudio realizado por Boada (2019), en la ciudad de Lima, Perú, basado en el objetivo se analizó la satisfacción laboral y su relación con el desempeño laboral, en cuanto a la metodología es una investigación descriptiva, cuantitativa y de corte transversal. Con un diseño no experimental-correlacional. Para este estudio se ha determinado una muestra de 124 empleados, como parte de la recopilación de información se planteó como herramienta una escala de opiniones de SL-SPC, además de una encuesta que analizo la evaluación. En referencia de los resultados se ha obtenido que las dimensiones se basaron en el reconocimiento individual, en las condiciones laborales, donde se obtuvo resultados de significancia de 0,000 el cual es menor al error del margen que es 0.05, demostrando una confiabilidad de 7,488, aceptando la hipótesis alterna.

En un estudio realizado en Santiago, Chile por parte de Campbell y Fransi (2021), sobre el “Impacto de la pandemia en la gestión de ventas y sus niveles de productividad comercial”. Se planteó como objetivo; entender los efectos producido por la pandemia en las actividades de ventas y niveles de producción en las empresas. De acuerdo con la metodología, el estudio es un tipo de investigación básica-descriptiva con un enfoque cuantitativo, los resultados que obtuvo fueron de significancia 0,000, de confiabilidad 0,746, en la cual se acepta la hipótesis alterna (H1).

Según Bardales (2019) efectuado en la ciudad de Lima, Perú, donde se planteó un objetivo en determinar la satisfacción laboral y la captación de usuarios en instituciones bancarias. La metodología de este estudio se basó en una investigación de tipo analítica con diseño descriptivo y enfoque cuantitativo con el respaldo de una revisión bibliográfica. En base a los resultados se analizó en 29

empleados donde se indicó el sig. 0,000 menor a 0,05, con confiabilidad de 0,789 demostró que la hipótesis alterna es aceptada.

Según, Ordoñez y Vásquez (2020) en un estudio realizado en Machala, donde se planteó como objetivo; determinar el clima y satisfacción laboral que repercute en el ejercicio del personal. Se trató de un enfoque cuantitativo relacionado en las empresas comerciales que pertenencia a la línea de ferretería que se encuentran acentuadas en Machala. En base a ese estudio se evidencio que de los empleados el 83% se sienta satisfecho en su lugar de trabajo, mientras que solo el 17% tenía problemas con su sueldo, estadía laboral y además indicaron que dentro de todos estos solo el 6% no cuenta con seguro social. En conclusión, se basó en que el clima y satisfacción laboral se relacionó de acuerdo con la repercusión del desempeño laboral de los empleados.

En un estudio realizado por Soledispa (2022), en Manabí, Ecuador el cual se basó en exponer un estudio correlacional entre la satisfacción laboral y tipos de ventas en la compañía Landeta. La metodología se diseñó una guía de trabajo para elegir y registrar las variables de estudio, basado en una investigación documental-descriptiva con un enfoque cuantitativo. Los resultados se evidencio en que los empleados tienen un alto índice de satisfacción laboral debido a los a los tipos de ventas, con datos obtenidos del Spss 25, significación de 0,000, confiabilidad 0.895, por el cual la hipótesis alterna fue aceptada.

Por parte de Cando, (2019), en un estudio donde se planteó el objetivo de evaluar la correlación de la productividad y la satisfacción laboral de los empleados en el área de administración. La metodología es un diseño no experimental, de tipo longitudinales, correlacional y con enfoque cuantitativo, en el método de estudio se basó en el deductivo. Con resultados de 41 de los 50 empleados tuvieron buena satisfacción laboral y por ende esto incidió en mejorar las ventas de la empresa, el cual fue con el sig. 0,000 que es menor a 0,05, con un coeficiente de 0,851% aceptando la hipótesis alterna, donde se observó que si existe influencia entre las variables. En cuanto a la conclusión se identificó que las organizaciones contribuyeron siempre a la mejora de la conducta empresarial

brindando todos los requerimientos de los empleados para influenciar de forma efectiva en la aptitud personal.

En un estudio realizado por Arteaga y Coronel (2018) se planteó como objetivo analizar la influencia de ventas en el desarrollo de empresas del Ecuador. La metodología de este estudio se basó en un enfoque cuantitativo, donde se recolectaron datos mediante preguntas y se realizó un aporte teórico en referencia a bibliografías. Con los datos obtenidos se determinó que la influencia del marketing permitió que las ventas aumenten considerablemente en un 17% según los datos recopilados. En conclusión en el Ecuador las empresas han aumentado considerablemente sus ventas, tomando fuerza el avance tecnológico y la ayuda de los trabajadores que realizaron una adecuada labor sobre el nivel de ventas que realizaron.

Según la teoría de Frederick Herzberg en el año 1992 en su libro “The Motivation to Work”, en donde se indicó que la satisfacción de una persona en el área de trabajo es referente a la vinculación con su trabajo y las actitudes que se basaron en el mismo. Además, indicaron la satisfacción laboral se basó a la valoración de un proceso que se experimentó mediante el trabajo y cuando se cumplió con algún propósito establecido, es decir, la motivación implica en un impulso de un resultado de acuerdo con la experiencia que adquirió, el empleado puede encontrarse motivado hacia una labor pero no puede estar satisfecho (Herzberg, 1992).

En cuanto a las dimensiones se indicó que la satisfacción laboral las cuales se consideró las condiciones de trabajo, que se basó en el área o escenario donde se desarrolló el trabajo en respecto a la oportunidad de superarse dentro de la empresa, son las particularidades que se mostraron o exhibieron en el área de labor. La recompensa laboral se refirió a la mayor fuente de satisfacción laboral de los empleados, mediante el sueldo establecido, bonificaciones para horas laborales, incentivos económicos que se convirtieron en una recompensa laboral dado a la consecuencia del trabajo mediante el desempeño. En la toma de decisiones este aspecto indico que tiene influencia en uno o más individuos. La satisfacción en el área de trabajo de acuerdo con esta dimensión se basó en la

satisfacción que tiene el empleado relacionado con el horario laboral, alimentación, servicios asistenciales de salud y recreaciones dentro de la organización (Herzberg, 1992).

La satisfacción en un empleado con su lugar de trabajo y el entorno en donde labora es fundamental para los que se encontraron encargados de una empresa, como es el caso de supervisores, jefes y gerentes. Hay varios estudios que han analizado la fidelidad de un empleado con el lugar donde trabaja, la productividad, el nivel de ventas y la rotación de las áreas, todos estos aspectos dependen del nivel de la satisfacción laboral. Además, se pudo vincular de forma directa con la capacidad intelectual del individuo dentro de la organización, la destreza se convirtió en una clarividencia del empleado, esta predominó con la composición sentimental de cada persona al momento de actuar (Govea y Zuñiga, 2020).

La satisfacción laboral se basó en actitudes y ligada de destrezas que desarrolló cada empleado a su situación laboral, estas acciones lograron ir referenciadas hacia su labor de forma general o en ciertas partes en específico. Por su parte la satisfacción laboral se la conceptualizó como un globalizador que hizo énfasis en las actitudes de los individuos en varias situaciones de su labor (Araya, 2019).

La satisfacción laboral se basó en percepciones que resultaron en el estado emocional que se encontraron cada empleado. Al respecto la satisfacción laboral pudo ser percibida mediante ciertos componentes como lo recompensado que se encontró el trabajador si tuvo buen sueldo, expectativas personales, las condiciones en las que se encontró laborando, riesgo bajo de sufrir accidentes, un buen ambiente laboral, buena relación entre jefe-empleado o entre compañeros que existió buena comprensión y se escuchó los requerimientos de todo el equipo de personas que trabajaron en la organización, son ciertos factores que incidieron para que exista una buena satisfacción laboral (Olvera et al., 2022).

La satisfacción laboral ha sido objeto de análisis para determinar que se encuentra compuesta por diferentes dimensiones que varían las tareas que

realizo cada empleado, remuneración, oportunidades de superación, aumento del desarrollo personal, se encontró ampliamente identificadas por las variaciones entre el empleado y las particularidades del ambiente en donde labora. Además, indicaron que se pudo basar en los valores, y afirmaciones de cada empleado, así como el desarrollo propio de las acciones que se ejecutaron dentro del régimen laboral donde intervinieron el proceder de cada persona (Álvarez y López, 2019).

La satisfacción laboral se la definió como un ligado de sentimientos que se basó en los empleados que consideraron el trabajo que tienen, además que estos se producen de manera positiva para varios beneficios como tener buena salud mental, productividad, ventas, y mejorar la rentabilidad, además se determinó que los efectos negativos se identificaban con el ausentismo del empleado, nivel de rotación en diferentes áreas, absentismo, entre otros aspectos que se suscitaban (Saavedra y Delgado, 2020).

La satisfacción laboral tiene importancia en el área empresarial debido al interés donde se desarrolló diferentes teorías basadas en la organización que evoluciono con el transcurso del tiempo de forma positiva, esto origino que haya una motivación para el empleado, esto influyo en poder realizar sus tareas o actividades de forma correcta (Mora y Rosado, 2019).

Existieron varias particularidades que se basaron en el progreso de la satisfacción laboral y que se las pudo resaltar por sus distintas variables que sean de tipo funcional, personal, organizacional o por las retribuciones que se basaron en la interacción personal, así como la salud, seguridad laboral y el entorno donde se trabaja. En referencia de lo mencionado se indicó que existen 3 modelos que se asocian a la definición de satisfacción como son los modelos basados en los sujetos, en las interacciones determinadas y en el contexto de los empleados (Chiang et al., 2021).

La satisfacción laboral se basó en los distintos componentes, en las particularidades de cada individuo, como sus rasgos, dependencia económica, edad, nivel de estudio, nivel jerárquico, actividades realizadas, sueldos y las

particularidades de la empresa como estructura, así mismo el trabajo colectivo. Se concluyó que se encuentre vinculada con el sueldo y la relación con los supervisores, jefes, operativos, mientras que una correspondencia directa con los dueños o gerentes produjeron una insatisfacción laboral (Rentería y Vargas, 2023).

Del mismo modo otro estudio basado en la satisfacción laboral, indico que las causales se basaron en las condiciones del área de trabajo, relación con los demás compañeros, excelente clima laboral, permanencia en el mismo trabajo y el reconocimiento sobre las actividades realizadas correctamente (Fernández y Ruíz, 2022).

Una de la principal teoría detallada por Philip Kotler sobre las ventas detallada en su libro “Marketing 5.0” publicado en el año 2020, consistio en la afirmación de que las ventas es el eje principal de cualquier empresa, así como el proceso de marketing, no solo basado como en una estrategia, sino que se basó en entender la mercadotecnia y también en cuanto a las ventas poder satisfacer las necesidades y deseos de los clientes o usuarios. Además, explico el autor que durante la venta no solo es necesario que el cliente pruebe el producto, sino que también sea parte y conozca su creación (Kotler, 2020).

En referencia a las dimensiones sobre lo mencionado por Kotler en las ventas se determinó a la gestión de ventas por su labor de estudio permitió la motivación y relaciones individuales entre los consultores y directivos, así como lograr y alcanzar los resultados necesarios durante el proceso de ventas para beneficio del cliente y las ventas online. El tipo de ventas por la vinculación entre varios de los elementos parciales referente al mundo empresarial y ser el pilar fundamental de acuerdo con la sostenibilidad actual, se efectuaban los tipos de ventas directas e indirectas. La captación de clientes por el cual se refirió a los consumidores que requirieron de las particularidades y tendencias de los clientes, así como los requerimientos no satisfechos, en la dimensión se analizó la satisfacción de clientes, confianza y el valor agregado (Kotler, 2020).

Las ventas se basaron en influenciar a ganar, desear, tener mayor predisposición en torno al usuario o cliente al momento de realizar un negocio. Actualmente, en las ventas cada vez más se acepta la interacción con el usuario, además de efectuar presentaciones y prospección de los productos o servicios que brindan, se indicó que el cliente o usuario tiene el deseo de ganar algo o recibir algo a cambio. De esta forma se requirió de tiempo para poder que el cliente perciba la interacción con el producto o beneficio que ofreció como empresa (Vanegas y Tarazona, 2020). De acuerdo con el sustento teórico sobre las ventas, son catalogadas como una destreza que si no se indicó a un lugar de conformidad se desarrollaban habilidades de las ventas que se realizaban para generar ganancias por lo cual era importante para aumentar el negocio de forma latente (Díaz et al., 2018).

Las ventas se basaron mayormente en representar la generación de ganancias para una empresa. La importancia de las empresas iba más allá de su significado para construir con la lealtad y podían tener una mejor vinculación con el cliente, y los empleados del negocio o empresa. En una empresa las ventas se la comprenden como toda transacción que se basó en el intercambio principalmente se da por dinero y la adquisición de un servicio o producto, además, hace referencia a las ganancias que se obtuvieron en el ligado de ventas que se realizaron en un determinado tiempo (Terán y García, 2020).

La importancia de las ventas se basó en la capacidad, y en lo que realizo la empresa al momento de medir su rentabilidad, en caso de que se imposibilite la adaptación al mercado para poder mejorar su dinámica. Cuando se obtenían buenos resultados en las ventas se hacía referencia en un excelente trabajo en el equipo de ventas, cuyo personal se basó netamente en este objetivo, quienes eran los encargados de ejecutar varias estrategias y planes para ejecutar las ventas que se basaban en la organización de los rentables propósitos establecidos (Barnett y Martin, 2018).

La capacidad de las ventas de una organización o empresa se relacionó con la satisfacción laboral de cada empleado, además se vinculó con las

realidades de la empresa, se tenían que ejecutar las ventas sino se crearía una afectación para la organización, además, los empleados llevaban repercusiones de acuerdo con sus sueldos, así mismo fue necesario tener un indicador de las ventas que se realizaron en la empresa (Rizo et al., 2019).

La satisfacción laboral tuvo una influencia directa con el nivel de ventas en cada empresa, esto dependió de la capacidad de cada empleado en ejecutar cada proceso para aumentar la productibilidad de lo que se basó en las ventas. Para lograr este objetivo fue importante tener el respaldo de las empresas u organizaciones para un buen trato con el talento humano y cumplir con sus requerimientos importante y fundamentales para el progreso personal (Wayne y Matthews, 2019).

La epistemología de la satisfacción laboral se refirió al estudio de cómo se obtuvo el conocimiento y se generó comprensión sobre la satisfacción que experimentaron los individuos en su entorno laboral. La satisfacción laboral fue un constructo complejo que involucro aspectos cognitivos, emocionales y evaluativos relacionados con el trabajo y el ambiente laboral, también examino las teorías y modelos explicativos que han surgido para comprender este fenómeno. Estas teorías incluyeron el enfoque de las necesidades, la teoría de la equidad, el modelo de los dos factores de Herzberg y otros marcos conceptuales que intentaban explicar qué factores contribuyeron a la satisfacción o insatisfacción en el trabajo (Peña y Villón, 2018). La epistemología de las ventas se refirió al estudio del conocimiento y la comprensión de los procesos de venta, incluyendo las teorías, métodos y enfoques utilizados para comprender y explicar el fenómeno de las ventas. Desde una perspectiva epistemológica, se buscó examinar cómo se adquirió y se construyó el conocimiento sobre las ventas, así como las fuentes de información y los métodos de investigación utilizados en este campo. Se exploraron las diferentes disciplinas que contribuyeron al estudio de las ventas, como la psicología, la sociología, la economía y la administración de empresas (Guerrero y Guerrero, 2020).

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de la investigación

Tipo de investigación

La investigación aplicada se basó en la solución de problemas e inconvenientes que se presentaron en la sociedad, por tanto, apoyo a un estudio analítico para lograrlo, además que aporato a los conocimientos, teorías que pudieron resolver problemas y mejorar la situación. Este tipo de estudio permitió analizar la realidad en la que se encuentre la sociedad y las empresas. Además, permitió nutrir las enseñanzas a la investigación de tipo básica (Gutiérrez, 2022).

El desarrollo de este estudio se basó de una investigación aplicada, con el propósito de solucionar inconvenientes determinados y prácticos que se evidenciaron en la microempresa analizada.

Nivel de investigación

El nivel de investigación desarrollado en este proyecto fue explicativo, debido a que tiene vinculación con el diseño correlacional causal, porque permitió describir un problema o poder detallar un fenómeno, así como permitió el análisis de este, hasta encontrar las causas que lo originan (Rojas, 2017).

Método de investigación

En el desarrollo de este proyecto se ha planteado como método hipotético-deductivo lo que se basó en un proceso que se intentó brindar una posible solución o respuesta a una problemática que se planteó como ciencia mediante la implementación de hipótesis (Gauchi, 2017).

Diseño de investigación

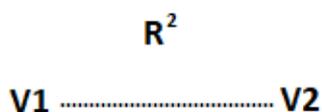
El diseño de esta investigación se basó de un estudio no experimental, correlacional-causal.

El estudio no experimental se basó en una investigación en la extracción de conclusiones, es decir, este estudio no se construyeron situaciones, sino que solo se analizó y observaron situaciones ya evidenciadas en otras investigaciones (Hurtado, 2020).

El diseño correlacional se basó en un método que permitió ayudar al indagador a analizar la dirección y la relación estadística entre las variables, este método es fácil de interpretar y es muy aplicado en base a la toma de decisiones en una empresa de forma habitual. El diseño correlacional causal, se evidencio que existen dos eventos donde uno ocurre primero y este causa el otro, siendo así el primero una causa y el segundo denominado efecto, la correlacion entre dos o más variables no implica en que se desarrolle una causalidad (Gómez, 2020).

El presente esquema se realizó basado a la representación del diseño de investigación;

Figura 1 *Diseño de la investigación correlacional-causal*



R: Influencia

V1: Satisfacción laboral

V2: Ventas

Enfoque de investigación

El desarrollo del proyecto de investigación fue con enfoque cuantitativo.

El enfoque permitió la recolección de datos, así como la realización de un análisis respectivo para lograr los objetivos planteados y probar las hipótesis que establecidas, el enfoque es numérico y permitió mostrar los resultados por medio de tablas, gráficos y otras estadísticas (Vidal, 2022).

3.2 Variables y operacionalización

En referencia de la investigación realizada se han determinado las variables que se detallan a continuación;

Variable 1: Satisfacción laboral

Definición conceptual: La satisfacción de una persona en el área de trabajo es referente a la vinculación con su trabajo y las actitudes que se basaron en el mismo. Además, indicaban que el sentimiento de la satisfacción no solo de baso en los factores, sino que en los esfuerzos y rendimientos que fueron fundamentales, así como la contribución, solidez y nuevos ímpetus de la personalidad (Herzberg, 1992).

Definición operacional: La medición de la variable de satisfacción laboral se la analizó mediante un cuestionario diseñado para evaluar las dimensiones que se usan para medir esta variable se las determino en; condiciones de trabajo, recompensa laboral, toma de decisiones, satisfacción en el área de trabajo.

Indicadores: De acuerdo con los indicadores, se encontraron establecidos por los materiales, equipos necesarios y ambiente físico del trabajo. Programas de recompensa laboral, reconocimiento de la trayectoria de los empleados. Reuniones con empleador y empleados, aportaron ideas a los empleados. Desarrollo de habilidades y destrezas, responsabilidad en las actividades.

Variable 2: Ventas

Definición conceptual: Las ventas eje principal de cualquier empresa, así como el proceso de marketing, no solo basado como en una estrategia, sino que en entender la mercadotecnia y también en cuanto a las ventas poder satisfacer las necesidades y deseos de los clientes o usuarios. Además, explico Kotler que durante la venta no solo es necesario que el cliente pruebe el producto, sino que también sea parte y conozca su creación (Kotler, 2020).

Definición operacional: Se determinó en la capacidad de realizar una persuasión con el cliente con el propósito de que realizo la compra o adquisición

de un producto o servicio. Las dimensiones se basaron en la gestión de ventas, captación de usuario o cliente y los tipos de ventas.

Indicadores: En referencia a los indicadores se basó en el beneficio al cliente, ventas online; confianza, satisfacción de clientes y valor agregado; ventas indirectas y directas.

3.3 Población, muestra, muestreo

Población

La población de un estudio investigativo se basó en el análisis de un conjunto de elementos, sujetos u objetos que se requirió analizar. La población en una investigación también fue conocido como el universo y puede estar constituido con se indicó anteriormente (López, 2020)

En este caso de estudio, se consideró a la población de la microempresa Cheese and Cheese , la cual está conformada por 90 empleados, este local se encuentra ubicada en el cantón Babahoyo de la provincia de Los Ríos, Ecuador.

Criterios de inclusión: Se consideró para este estudio los trabajadores de las diferentes áreas que laboran en esta microempresa, ya sean en el área de cocina y de atención al cliente que tengan más de 1 año laborando.

Criterios de exclusión: No se consideró a empleados recientemente contratados para ser parte de este análisis.

Muestra

Para esta investigación, se consideró una muestra probabilística obtenida de 74 empleados, debido a que se basó en una ecuación estadística para analizar la población.

La muestra de un estudio se basó en un subconjunto o una fracción del universo o población que se la tenía en consideración para la investigación, en varios estudios con una población muy extensa se realizó una formula lógica para

determinar un componente de la muestra que se representó en cuanto al universo de estudio (Otzen y Manterola, 2017).

Muestreo

El estudio investigativo se seleccionó un muestreo probabilístico basado en una técnica la muestra basada en un análisis de selección aleatoria donde todos los de la población tuvieron la oportunidad de poder ser seleccionados, este método uso la teoría estadística para seleccionar un pequeño grupo como parte de muestra (Hernández, 2021).

Unidad de análisis

Como parte de la unidad de análisis investigativa se constó con 74 empleados de la microempresa Cheese and Cheese ubicado en el cantón Babahoyo de la provincia de Los Ríos.

3.4 Técnica e instrumentos de recolección de datos

Técnicas de recolección de datos

La técnica de recolección de datos se tomó en cuenta la elaboración de una encuesta para obtener la información pertinente de acuerdo con el análisis de las variables estipuladas en la investigación (Avila y Matilla, 2020).

Instrumentos de recolección de datos

En referencia con el instrumento se basó en un cuestionario compuesto por 31 interrogantes que se basan en las dimensiones de las variables de satisfacción laboral (14) y ventas (14) que se establecieron, este cuestionario será respondido de acuerdo con una valoración de tipo ordinal de Likert con los siguientes aspectos; siempre (5), casi siempre (4), algunas veces (3), pocas veces (2), nunca (1). (Avila y Matilla, 2020).

Validez y confiabilidad

Los instrumentos de investigación se han medido mediante juicio de expertos que nos indican la validez y la confiabilidad de cada uno de los ítems que conforma la encuesta para poder recopilar los datos de acuerdo con las

dimensiones y variables planteadas. El grupo de profesionales se encuentra conformado por 3 Magíster afín a la profesión, que se detallan a continuación;

Tabla 1

Datos de los expertos

Nombres y Apellidos	Profesión	Cédula de identidad	Registro Senescyt
Aragundi Torres Jazmín Jessica	Magister en Administración de Empresa	1205019274	1013-2016-1739648
Castillo Zúñiga Víctor Manuel	Magíster en Administración de Empresa con Mención en Recursos Humanos. Doctor en Ciencias Técnicas	1205039157	1006-2016-1700107 1923182968
Chang Medina Jessica Cecilia	Magister en Administración de Empresa	1204594574	1013-16-86075499

Elaborado por: Guzmán Zapata Leonardo Flavio

Tabla 2

Confiabilidad de Alfa de Cronbach

Variable	Alfa de Cronbach	Análisis
Satisfacción laboral	0,804	Muy confiable
Ventas	0,859	Muy confiable

3.5 Procedimientos

De acuerdo con el proceso que se realizó para este estudio, el primer paso será solicitar el permiso de manera formal a la microempresa Cheese and Cheese , luego se socializará el estudio que se efectuará de acuerdo con la problemática evidenciada, para obtener la información se procedió a realizar una encuesta cuya técnica estuvo compuesta con un cuestionario como instrumento analítico para analizar la satisfacción laboral y la incidencia en las ventas, este proceso se realizó con el consentimiento y permiso de cada uno de los empleados que laboran en esta microempresa. La información se procedió a analizar e interpretarla mediante tablas y gráficos como muestra de estadística, se procedió a realizar la discusión de los resultados con los antecedentes que forman parte de la investigación que se desarrolló, como último paso se desarrolló las respectivas

conclusiones que se debieron relacionar con cada uno de los objetivos que se diseñaron en el proyecto de investigación para determinar si se lograron todos los propósitos establecidos.

3.6 Método de análisis de datos

Los datos fueron analizados posteriores a la encuesta que se realizó con el cuestionario una vez que se haya aprobado y validado por los especialistas en el tema. Se efectuó un análisis mediante Excel el cual se utilizó para la recolección de datos, el estadístico SPSS para determinar la confiabilidad de alfa de Cronbach, analizando las dimensiones e indicadores establecidos, posterior al desarrollo de cada una de las variables. Estos métodos empleados en la estadística son descriptivos donde se describió cada uno de los comportamientos de los sujetos de estudio, Región logística ordinal para observar propuestas logarítmicas de la razón probabilística

3.7 Aspectos éticos

Los aspectos éticos para tener en cuenta en el desarrollo de este proyecto se basan en los principios de ética en investigación en la Universidad César Vallejo; que la autonomía es importante teniendo en consideración que los sujetos que participan en este estudio poseen la capacidad de elegir libre si desea participar o no en este proceso investigativo. De acuerdo con la ética de libertad el desarrollo de este estudio debe ser libremente y no depender de intereses económicos, políticos u otros tipos que pueda ser impedimento para el desarrollo. Debe existir el respeto de la propiedad intelectual durante el desarrollo de este proyecto en el cual se debe considerar evitar el plagio parcial de su investigación con otros autores. Universidad César Vallejo [UCV] 2020.

IV. RESULTADOS

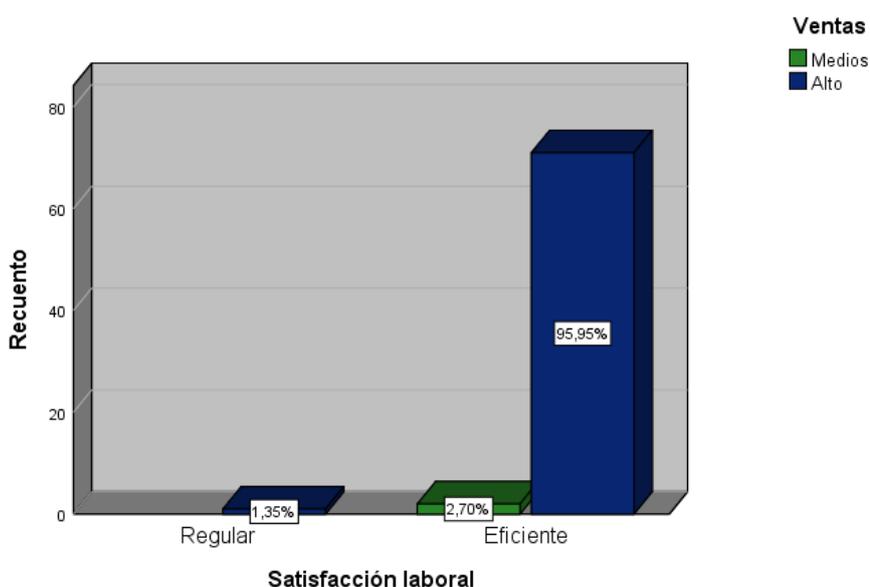
Tabla 3

Cruce entre satisfacción laboral vs ventas

		Ventas			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Satisfacción laboral	Deficiente	0	0	0	0
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	Regular	0	0	1	1
		0.0%	0.0%	1.4%	1.4%
	Eficiente	0	2	71	73
		0.0%	2.7%	95.9%	98.6%
Total	Recuento	0	2	72	74
	% del total	0.0%	2.7%	97.3%	100.0%

Figura 2

Descriptivo entre satisfacción laboral vs ventas



En la tabla 3 y figura 2, el 98.6% de empleados opinó que la satisfacción laboral es eficiente, el 1.4% mencionó que es regular y el 0.0% dijo que es deficiente. El 97.3% se ubicó en el nivel alto, el 2.7% en el medio de las ventas, demostrando que las dos variables cuentan con un puntaje elevado de favoritismo. Por lo cual fue importante resaltar que la mayoría de los empleados consideraron la satisfacción laboral en el nivel eficiente y las ventas en el alto. Por

todo lo antes expuesto se observó que las gestiones de ventas, tipos de ventas y captaciones de clientes o usuarios manejan niveles altos.

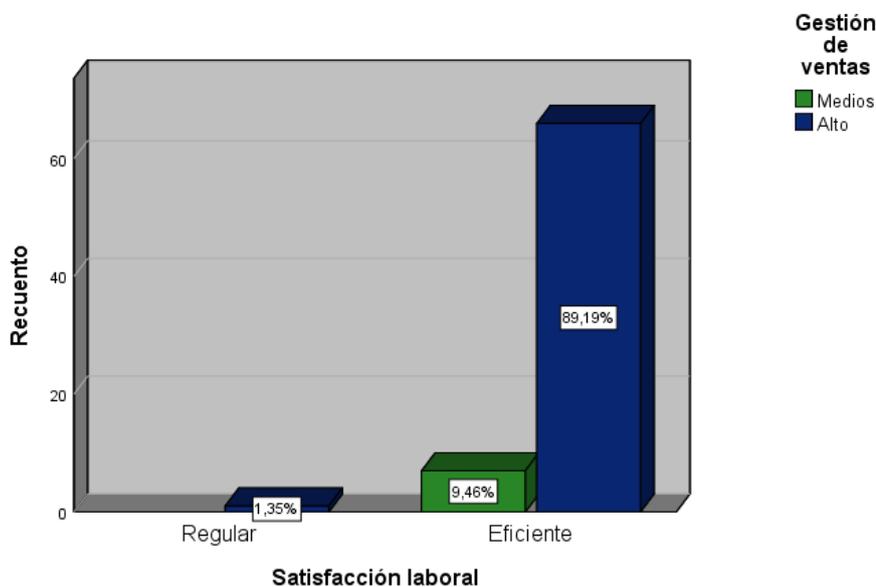
Tabla 4

Cruce entre satisfacción laboral vs gestión de ventas

		Gestión de Ventas			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Satisfacción laboral	Deficiente	0	0	0	0
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	Regular	0	0	1	1
		0.0%	0.0%	1.4%	1.4%
	Eficiente	0	7	66	73
		0.0%	9.5%	89.2%	98.6%
Total	Recuento	0	7	67	74
	% del total	0.0%	9.5%	90.5%	100.0%

Figura 3

Descriptivo entre satisfacción laboral vs gestión de ventas



En la tabla 4 y figura 3, el 98.6% manifestó que la satisfacción laboral es excelente, un 1.4% dijo que era regular, y el 0.0% opinó que es baja. El 90.5% se ubicó en el nivel alto de gestión de ventas y el 9.5% en el medio. Por lo cual fue importante resaltar que la mayoría de los empleados consideraron la satisfacción laboral en el nivel eficiente y la gestión en ventas en el alto.

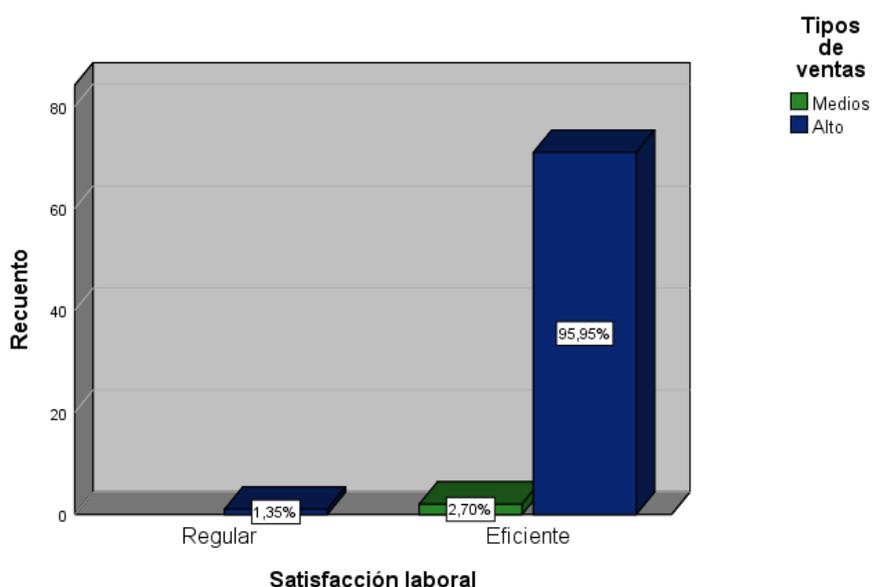
Tabla 5

Cruce entre satisfacción laboral vs tipos de ventas

		Tipos de ventas			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Satisfacción laboral	Deficiente	0	0	0	0
	Regular	0	0	1	1
	Eficiente	0	2	71	73
Total	Recuento	0	2	72	74
	% del total	0.0%	2.7%	97.3%	100.0%

Figura 4

Descriptivo entre satisfacción laboral vs tipos de ventas



En la tabla 5 y figura 4, el 98.6% dijo que la satisfacción laboral es eficiente, el 1.4% menciono que fueron regulares, y el 0.0% manifestó que es deficiente. El 97.3% se ubicó en el nivel alto de tipos de ventas, el 2.7% en el medio. Por lo cual fue importante resaltar que la mayor cantidad de empleados consideraron la satisfacción laboral en el nivel eficiente y los tipos de ventas en el alto.

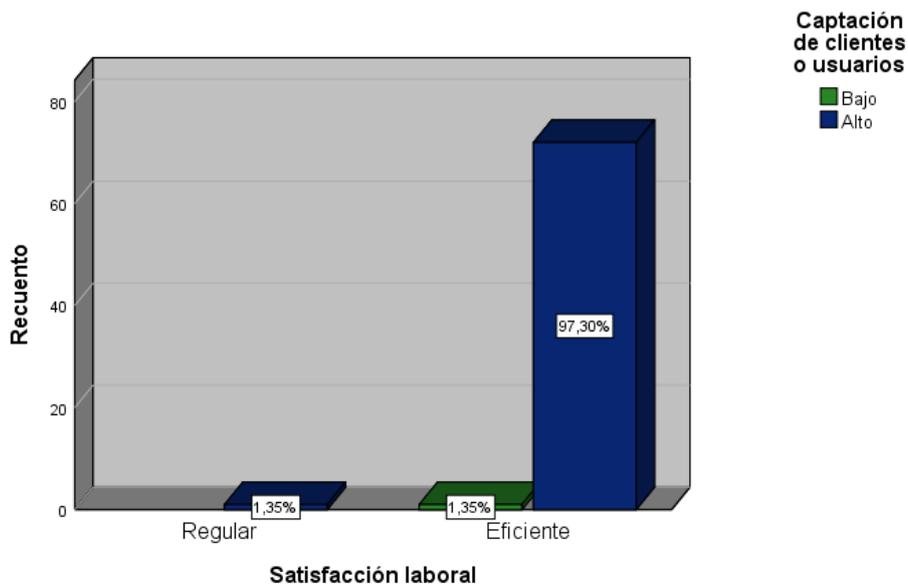
Tabla 6

Cruce entre satisfacción laboral vs captación de clientes o usuarios

		Captación de clientes o usuarios			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Satisfacción laboral	Deficiente	0	0	0	0
	Regular	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
		0	0	1	1
	Eficiente	0.0%	0.0%	1.4%	1.4%
		0	1	72	73
		0.0%	1.4%	97.3%	98.6%
Total	Recuento	0	1	73	74
	% del total	0.0%	1.4%	98.6%	100.0%

Figura 5

Descriptivo entre satisfacción laboral vs captación de clientes o usuarios



En la tabla 6 y figura 5, el 98.6% mencionó que la satisfacción laboral fue eficiente, un 1.4% dijo que regular, y el 0.0% opinó que era baja. El 98.6% se ubicó en el nivel en el alto, el 1.4% en el medio de captación de clientes o usuarios. Por lo cual fue importante resaltar que muchos de los empleados consideraron que la satisfacción laboral era de nivel excelente y la captación de clientes o usuarios de nivel alto.

Resultados inferenciales

El análisis parte de la prueba de normalidad, la cual es necesario aplicar, para saber si los datos siguen la distribución normal o anormal, se utilizó la prueba Kolmogonov – Smirnov, ya que la muestra de población es mayor a 50 (Hernández, 2014)

Los eventos que pueden ocurrir luego del cálculo de la prueba de normalidad, en el cual se tomó en cuenta:

Ho: la satisfacción laboral, las ventas y las dimensiones de las ventas no evidencian ser provenientes en una distribución normal.

Ha: la satisfacción laboral, las ventas y las dimensiones de las ventas laboral evidencian ser provenientes en una distribución normal.

Se utilizó el método de p-valor o significancia (α), para poder establecer la normalidad de datos y así rechazar uno de los eventos, la investigación usa un nivel de 95% de confiabilidad y un 5% de margen de error. Donde se tomó en cuenta si $\alpha > 0,05$ la Ho se rechaza, y si $\alpha \leq 0,05$ la Ha no se rechaza.

Luego del cálculo de normalidades de acuerdo a los datos de la prueba de bondad con el ajuste Kolmogonov – Smirnov, no se pudo rechazar la Ho ya que no sigue la distribución normal, con una significancia $\leq 0,05$, por eso se recurrió a la prueba no paramétrica, para la realización de la comprobación de las hipótesis se utiliza la regresión logística ordinal.

Regresión logística ordinal

RLO es la forma natural, de alternativa binaria, porque se puede observar propuestas logarítmicas de la razón probabilística, que entiende la diferencia ente el logro y el fracaso, utilizando el logit de función que se encarga de simplificar cual es la relación entre las variables, el RLO se lo puede aplicar tiene un orden.

Prueba de hipótesis

Para comprobar la distribución de datos que se han recolectado, se hizo con el estadístico Kolmogonov – Smirnov.

Decisión estadística

Con la finalidad de poder establecer si la hipótesis se rechaza o no, hay que proyectar suposiciones de la hipótesis nula (H_0), con el método p-valor o significancia α , Donde se tomó en cuenta si $\alpha > 0,05$ la H_0 se rechaza, y si $\alpha \leq 0,05$ la H_a no se rechaza.

Hipótesis general

H_0 : No existe influencia significativa entre la satisfacción laboral y las ventas de la microempresa Cheese and Cheese, Ecuador, 2023.

H_a : Existe influencia significativa entre la satisfacción laboral y las ventas de la microempresa Cheese and Cheese, Ecuador, 2023.

Tabla 7

Informe de ajuste de modelo de la hipótesis general

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud- 2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	212,209			
Final	115,825	96,383	12	,000

En la tabla 7 se puede observar en el informe de ajuste que los valores de la significancia es menos al margen de error de 0.05%, por dicho motivo se puede confirmar que la satisfacción laboral es predictor de ventas según términos de la estadística, quiere decir que la satisfacción laboral tiene relación e influencia significativa sobre las ventas.

Tabla 8*Pseudo R cuadrado de la hipótesis general*

Cox y Snell	,728
Nagelkerke	,733
McFadden	,262

Con referencia de los valores obtenidos en la prueba Pseudo R2 de Cox y Snell, se demuestra que la satisfacción laboral es explicada por las ventas en un 72,8%.

En cambio, los valores de la prueba Pseudo R2 de Nagelkerke, indicaron que la satisfacción laboral es explicada por las ventas en un 73,3%.

Hipótesis específica 1

Ho: No existe influencia significativa entre la satisfacción laboral y la gestión de ventas en la microempresa Cheese and Cheese, Ecuador, 2023.

Ha: Existe influencia significativa entre la satisfacción laboral y la gestión de ventas en la microempresa Cheese and Cheese, Ecuador, 2023.

Tabla 9*Informe de ajuste de modelo de la hipótesis general*

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud- 2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	174,467			
Final	76,112	98,355	12	,000

En la tabla 9 se visualiza en el informe de ajuste que los valores de la significancia es menos al margen de error 0,05%, por dicho motivo se puede confirmar que la satisfacción laboral es predictor de gestión de ventas según términos de la estadística, quiere decir que la satisfacción laboral tiene relación e influencia significativa sobre la gestión de ventas.

Tabla 10*Pseudo R cuadrado de la hipótesis general*

Cox y Snell	,735
Nagelkerke	,744
McFadden	,301

Con referencia de los valores obtenidos en la prueba Pseudo R2 de Cox y Snell, se demuestra que la satisfacción laboral es explicada por la gestión de ventas en un 73,5%.

En cambio, los valores de la prueba Pseudo R2 de Nagelkerke, indicaron que la satisfacción laboral es explicada por la gestión de ventas en un 74,4%.

Hipótesis específica 2

Ho: No existe influencia significativa entre la satisfacción laboral y los tipos de ventas en la microempresa Cheese and Cheese , Ecuador, 2023.

Ha: Existe influencia significativa entre la satisfacción laboral y los tipos de ventas en la microempresa Cheese and Cheese , Ecuador, 2023.

Tabla 11*Informe de ajuste de modelo de la hipótesis general*

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud- 2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	126,837			
Final	35,588	91,249	12	,000

En la tabla 11 se observar en el informe de ajuste que los valores de la significancia es menos al margen de error 0,05%, por dicho motivo se puede confirmar que la satisfacción laboral es predictor de los tipos de venta según términos de la estadística, quiere decir que la satisfacción laboral tiene relación e influencia significativa sobre los tipos de ventas.

Tabla 12*Pseudo R cuadrado de la hipótesis general*

Cox y Snell	,709
Nagelkerke	,734
McFadden	,366

Con referencia de los valores obtenidos en la prueba Pseudo R2 de Cox y Snell, se demuestra que la satisfacción laboral es explicada por los tipos de ventas en un 70,9%.

En cambio, los valores de la prueba Pseudo R2 de Nagelkerke, indicaron que la satisfacción laboral es explicada por los tipos de ventas en un 73,4%.

Hipótesis específica 3

Ho: No existe influencia significativa entre la satisfacción laboral y la captación de clientes o usuarios en la microempresa Cheese and Cheese, Ecuador, 2023.

Ha: Existe influencia significativa entre la satisfacción laboral y la captación de clientes o usuarios en la microempresa Cheese and Cheese, Ecuador, 2023.

Tabla 13*Informe de ajuste de modelo de la hipótesis general*

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud- 2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	111,115			
Final	19,996	91,119	12	,000

En la tabla 13 se puede observar en el informe de ajuste que los valores de la significancia es menos al margen de error 0,05%, por dicho motivo se puede confirmar que la satisfacción laboral es predictor de la captación de clientes e usuarios según términos de la estadística, quiere decir que la satisfacción laboral tiene relación o influencia significativa sobre la captación de clientes o usuarios.

Tabla 14*Pseudo R cuadrado de la hipótesis general*

Cox y Snell	,708
Nagelkerke	,735
McFadden	,371

Con referencia de los valores obtenidos en la prueba Pseudo R2 de Cox y Snell, se demuestra que la satisfacción laboral es explicada por la captación de clientes o usuarios en un 70,8%.

En cambio, los valores de la prueba Pseudo R2 de Nagelkerke, indicaron que la satisfacción laboral es explicada por la captación de clientes o usuarios en un 73,5%.

V. DISCUSIÓN

1. El trabajo investigativo tuvo como objetivo general Determinar como la satisfacción laboral influye en las ventas de los trabajadores en la microempresa Cheese and Cheese Ecuador 2023, lo cual fue demostrado con la información procesada de una muestra de 74 empleados encuestados con resultados en la tabla 7, determinando que la hipótesis alterna se aceptó, quiere decir que la relación que existe es directa entre las dos variables. Con sig. De 0,000 el cual es $>0,05$ con correlación positiva de 0,733. De acuerdo a la tabla 3, existieron evidencias donde la satisfacción laboral influye en nivel eficiente de 98. 6% y medio de 1.4%, y en las ventas se obtuvieron datos de un nivel alto con 95,9% y en el nivel medio con 1.4% de los participantes que se encuestaron. Estos resultados tienen relación con el estudio realizado por García (2020), en la ciudad de Pamplona, España donde se planteó como objetivo, analizar la incidencia de la satisfacción laboral sobre el desempeño laboral, así como en su requerimiento de las empresas. La metodología investigativa fue un estudio cuantitativo, diseño no experimental, correlacional. En base a los resultados se evidencio que la relación es positiva entre la satisfacción laboral-desempeño que realizaron en cada una de sus áreas de labores, también fue necesario indicar los rasgos de personalidad en un resultado significativo. En conclusión, se logró demostrar que la relación es positiva y contribuye a los aspectos que se relacionan con la satisfacción laboral. Así como promover los factores personales, edad y dependencia del ámbito laboral. Con sig. 0,000 menor a 0,05, y confiabilidad de 0,845. Lo cual dio aceptación a la hipótesis. En otro análisis efectuado en San José, por parte de Ulate (2020), que se basó en determinar el impacto de la productividad empresarial y la satisfacción de los empleados. La metodología fue un tipo de investigación básico-descriptivo con enfoque cuantitativo. Los resultados, se establecieron de acuerdo con los análisis estadísticos de varios estudios previos basados en el grado de satisfacción laboral y de ventas siendo muy favorable la producción dado a la incidencia de que los empleados tienen satisfacción laboral y cuenta con los requerimientos necesarios para poder desarrollar sus labores. En

conclusión, se analizaron varios determinantes estudios basados en el tema de estudio, se analizó que teniendo una mejor satisfacción laboral en los empleados se podrá mejorar la productividad o ventas, se obtuvo significancia de 0,000, y confiabilidad de 0,852 el cual demostró que existe influencia entre las dos variables, por lo cual se aceptó la hipótesis alterna. Por parte Cando, (2019), en un estudio donde se planteó el objetivo de evaluar la correlación de la productividad y la satisfacción laboral de los empleados en el área de administración. La metodología es un diseño no experimental, de tipo longitudinales, correlacional y con enfoque cuantitativo, en el método de estudio se basó en el deductivo. Con resultados de 41 de los 50 empleados tuvieron buena satisfacción laboral y por ende esto incidió en mejorar las ventas de la empresa, el cual fue con el sig. 0,000 que es menor a 0,05, con un coeficiente de 0,851% aceptando la hipótesis alterna, donde se observó que si existe influencia entre las variables. En cuanto a la conclusión se identificó que las organizaciones contribuyeron siempre a la mejora de la conducta empresarial brindando todos los requerimientos de los empleados para influenciar de forma efectiva en la aptitud personal. En un estudio realizado por Boada (2019), en la ciudad de Lima, Perú, basado en el objetivo se analizó la satisfacción laboral y su relación con el desempeño laboral, en cuanto a la metodología es una investigación descriptiva, cuantitativa y de corte transversal. Con un diseño no experimental-correlacional. Para este estudio se ha determinado una muestra de 124 empleados, como parte de la recopilación de información se planteó como herramienta una escala de opiniones de SL-SPC, además de una encuesta que analizo la evaluación. En referencia de los resultados se ha obtenido que las dimensiones se basaron en el reconocimiento individual, en las condiciones laborales, donde se obtuvo resultados de significancia de 0,000 el cual es menor al error del margen que es 0.05, demostrando una confiabilidad de 7,488, aceptando la hipótesis alterna. En los hallazgos según la teoría de Herzberg (1992) en su libro "The Motivation to Work", en donde se indicó que la satisfacción de una persona en el área de trabajo es referente a la vinculación con su trabajo y las actitudes que se basaron en el mismo. Además, indicaron la

satisfacción laboral se basó a la valoración de un proceso que se experimentó mediante el trabajo y cuando se cumplió con algún propósito establecido, es decir, la motivación implica en un impulso de un resultado de acuerdo con la experiencia que adquirió, el empleado puede encontrarse motivado hacia una labor pero no puede estar satisfecho. También tienen correlación con los resultados el teórico Kotler (2020) Las ventas eje principal de cualquier empresa, así como el proceso de marketing, no solo basado como en una estrategia, sino que en entender la mercadotecnia y también en cuanto a las ventas poder satisfacer las necesidades y deseos de los clientes o usuarios. Además, explico Kotler que durante la venta no solo es necesario que el cliente pruebe el producto, sino que también sea parte y conozca su creación

2. Según el objetivo específico 1, el cual es Determinar como la satisfacción laboral influye en la gestión de ventas en la microempresa Cheese and Cheese , Ecuador 2023. Fue demostrado de acuerdo a la información procesada en la tabla 9, con un sig. De 0,000, con correlación positiva de 0,735. De la tabla 4, existieron evidencias donde la satisfacción laboral influye en nivel eficiente de 98. 6% y medio de 1.4%, y en la gestión de ventas se obtuvieron datos de un nivel alto con 95,9% y en el nivel medio con 1.4% de los participantes que se encuestaron. Estos resultados tienen relación con el estudio realizado en Santiago, Chile por parte de Campbell y Fransi (2021), sobre el “Impacto de la pandemia en la gestión de ventas y sus niveles de productividad comercial”. Se planteó como objetivo; entender los efectos producido por la pandemia en las actividades de ventas y niveles de producción en las empresas. De acuerdo con la metodología, el estudio es un tipo de investigación básica-descriptiva con un enfoque cuantitativo, los resultados que obtuvo fueron de significancia 0,000, de confiabilidad 0,746, en la cual se acepta la hipótesis alterna (H1). También tienen correlación con los resultados el teórico Kotler (2020) mencionó que la gestión de ventas por su labor de estudio permitió la motivación y relaciones individuales entre los consultores y directivos, así como lograr y alcanzar los resultados necesarios durante el proceso de ventas para beneficio del cliente y las ventas online.

3. Según el objetivo específico 2 Determinar como la satisfacción laboral influye en los tipos de ventas en la microempresa Cheese and Cheese Ecuador 2023. Fue demostrado de acuerdo a la información procesada en la tabla 11 con un sig. De 0,000, con correlación positiva de 0,734. De la tabla 5, existieron evidencias donde la satisfacción laboral influye en nivel eficiente de 98. 6% y medio de 1.4%, y en los tipos de ventas se obtuvieron datos de un nivel alto con 95,9% y en el nivel medio con 2.7% de los participantes que se encuestaron. Estos resultados tienen relación con el estudio realizado por Soledispa (2022), en Manabí, Ecuador el cual se basó en exponer un estudio correlacional entre la satisfacción laboral y tipos de ventas en la compañía Landeta. La metodología se diseñó una guía de trabajo para elegir y registrar las variables de estudio, basado en una investigación documental-descriptiva con un enfoque cuantitativo. Los resultados se evidencio en que los empleados tienen un alto índice de satisfacción laboral debido a los a los tipos de ventas, con datos obtenidos del Spss 25, significación de 0,000, confiabilidad 0.895, por el cual la hipótesis alterna fue aceptada. También tienen correlación con los resultados el teórico Kotler (2020) mencionó el tipo de ventas por la vinculación entre varios de los elementos parciales referente al mundo empresarial y ser el pilar fundamental de acuerdo con la sostenibilidad actual, se efectuaban los tipos de ventas directas e indirectas.

4. Según el objetivo específico 3 Determinar como la satisfacción laboral influye en la captación de clientes o usuarios en la microempresa Cheese and Cheese Ecuador 2023. Fue demostrado de acuerdo a la información procesada en la tabla 13 con un sig. De 0,000, con correlación positiva de 0,735. De la tabla 6, existieron evidencias donde la satisfacción laboral influye en nivel eficiente de 98. 6% y medio de 1.4%, y en la captación de clientes o usuarios se obtuvieron datos de un nivel alto con 97,3% y en el nivel medio con 1.4% de los participantes que se encuestaron. Estos resultados tienen relación con el estudio realizado según Bardales (2019) efectuado en la ciudad de Lima, Perú, donde se planteó un objetivo en determinar la satisfacción laboral y la captación de usuarios en

instituciones bancarias. La metodología de este estudio se basó en una investigación de tipo analítica con diseño descriptivo y enfoque cuantitativo con el respaldo de una revisión bibliográfica. En base a los resultados se analizó en 29 empleados donde se indicó el sig. 0,000 menor a 0,05, con confiabilidad de 0,789 demostró que la hipótesis alterna es aceptada. También tienen correlación con los resultados el teórico Kotler (2020) mencionó, la captación de clientes por el cual se refirió a los consumidores que requirieron de las particularidades y tendencias de los clientes, así como los requerimientos no satisfechos, en la dimensión se analizó la satisfacción de clientes, confianza y el valor agregado

La tipo investigación aplicada se basó en la solución de problemas e inconvenientes que se presentaron en la sociedad, por tanto, apoyo a un estudio analítico para lograrlo, además que apporto a los conocimientos, teorías que pudieron resolver problemas y mejorar la situación. Este tipo de estudio permitió analizar la realidad en la que se encuentre la sociedad y las empresas. Además, permitió nutrir las enseñanzas a la investigación de tipo básica (Gutiérrez, 2022).

El nivel de investigación desarrollado en este proyecto fue explicativo, debido a que tiene vinculación con el diseño correlacional causal, porque permitió describir un problema o poder detallar un fenómeno, así como permitió el análisis de este, hasta encontrar las causas que lo originan (Rojas, 2017).

En el desarrollo de este proyecto se ha planteado como método hipotético-deductivo (Gauchi, 2017). El diseño de esta investigación se basó de un estudio no experimental, correlacional-causal.

El estudio no experimental se basó en una investigación en la extracción de conclusiones, es decir, este estudio no se construyeron situaciones, sino que solo se analizó y observaron situaciones ya evidenciadas en otras investigaciones (Hurtado, 2020). El diseño correlacional se basó en un método que permitió ayudar al indagador a analizar la dirección y la relación estadística entre las

variables, este método es fácil de interpretar y es muy aplicado en base a la toma de decisiones en una empresa de forma habitual.

El diseño correlacional causal, se evidencio que existen dos eventos donde uno ocurre primero y este causa el otro, siendo así el primero una causa y el segundo denominado efecto, la correlación entre dos o más variables no implica en que se desarrolle una causalidad (Gómez, 2020).

El enfoque permitió la recolección de datos, así como la realización de un análisis respectivo para lograr los objetivos planteados y probar las hipótesis que establecidas, el enfoque es numérico y permitió mostrar los resultados por medio de tablas, gráficos y otras estadísticas (Vidal, 2022).

VI. CONCLUSIONES

Primera. De acuerdo a las variables satisfacción laboral y las ventas, se comprobó que existe correlación positiva, las pruebas según de Pseudo R2 con valor-p que reflejaron es de 0.733, significa que los incrementos en la satisfacción laboral es de nivel eficiente y las ventas es alta.

Segunda. Se estipuló que entre las variables de satisfacción laboral y gestión de ventas la correlación que existe positiva de acuerdo a la prueba de Pseudo R2 con valor de 0.735, significa que los incrementos en la satisfacción laboral son de nivel eficiente y la gestión de ventas es alta.

Tercera. Se estipuló que entre las variables de satisfacción laboral y gestión de ventas la correlación que existe positiva de acuerdo a la prueba de Pseudo R2 con valor de 0.735, significa que los incrementos en la satisfacción laboral son de nivel eficiente y la gestión de ventas es alta.

Cuarta. Se estipuló que entre las variables de satisfacción laboral y captación de clientes o usuarios la correlación que existe positiva de acuerdo a la prueba de Pseudo R2 con valor de 0.735, significa que los incrementos en la satisfacción laboral es de nivel eficiente y los tipos de captación de clientes o usuarios es alta.

VII. RECOMENDACIONES

Primera. Al jefe de la microempresa Cheese and Cheese, agregar en el reglamento de reuniones para lograr motivación laboral, escuchar las opiniones de los empleados para lograr la satisfacción y realicen mayores ventas.

Segunda. Al jefe de la microempresa Cheese and Cheese, se le sugiere añadir estrategias en para procurar el fortalecimiento de la confianza en el servicio brindado, con el fin de poder crear fidelidad en la clientela e incrementen las ventas.

Tercera. Al jefe de la microempresa Cheese and Cheese, se le sugiere innovar constantemente el menú, para generar más clientes y ganancias.

Cuarta. Al jefe de la microempresa Cheese and Cheese, se le sugiere implementar promociones que ayuden a fortalecer el producto, así ayudar al incremento de percepción positivos hacia la marca.

REFERENCIAS

- Álvarez, L., & López, L. (2019). Job satisfaction in a business organization in the city of Guayaquil. *Revista UESS*, 1(35), 87-96. doi:<http://dx.doi.org/10.31095/podium.2019>
- Araya, M. (2019). Satisfacción laboral y clima organizacional en función de la atención de salud en una clínica. *Revista Médica de Risaralda*, 25(2), 84-89. Obtenido de <https://revistas.utp.edu.co/index.php/revistamedica/article/view/19311/16304>
- Arteaga, J., & Coronel, V. (2018). Influencia del marketing en las ventas y desarrollo de empresas en Ecuador. *Revista Espacios*, 39(47), 1-11. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n47/a18v39n47p01.pdf>
- Atalaya, M. (1999). Teoría de la satisfacción laboral y productividad de Frederick Herzberg. *Revista de Psicología SISBIB*, 3(5), 46-60. Obtenido de https://sisbib.unmsm.edu.pe/bvrevistas/psicologia/1999_n5/satisfaccion.htm#:~:text=TEOR%C3%8DA%20DE%20LA%20SATIFACCI%C3%93N%20LABORAL%20DE%20HERZBERG&text=Supone%20que%20la%20satisfacci%C3%B3n%20o,sus%20actitudes%20frente%20al%20mismo
- Avila, H., & Matilla, M. (2020). La entrevista y la encuesta; métodos o técnicas empíricas. *Revista ULT*, 11(3), 62-79. Obtenido de <https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalia/article/view/992>
- Bardales, C. (2019). Job satisfaction in banking institutions; a literature review. *Revista UPN*, 1(4), 1-69. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/137/28084/Bardales%20Rojas%2c%20Carla%20Evelyn.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Barnett, M., & Martin, K. (2018). Satisfaction with work-family balance mediates the relationship workplace. *Journal of Nursing Scholarship*, 51(2), 187-194. doi:<https://doi.org/10.1111/jnu.12451>

- Boada, N. (2019). Job satisfaction and its relationship to job performance of their employers in a security company". *Journal Of Economics, Finance and International Business*, 3(1), 75-103. doi:<http://dx.doi.org/10.20511/jefib.2019.v3n1.398>.
- Campbell, J., & Fransi, E. (2021). Impact of the pandemic on sales management and sales productivity levels. *Revista Scielo Conicyt*, 32(1), 199-208. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/infotec/v32n1/0718-0764-infotec-32-01-19.pdf>
- Cando, (2019). Correlación de la productividad y la satisfacción laboral de los empleados en el área de administración.
- Carrillo, A., & Anguiano, E. (2021). Venta de productos por redes sociales. *Revista Científica Multidisciplinar Ciencia Latina*, 5(5), 10410-10418. doi:10.37811/cl_rcm.v5i5.1077
- Chiang, M., Hidalgo, J., & Gómez, N. (2021). Effect of job satisfaction and trust on business climate. *Revista RETOS*, 11(22), 1-14. Obtenido de <https://retos.ups.edu.ec/index.php/retos/article/view/22.2021.10>
- Díaz, P., Burbano, A., & Salazar, D. (2018). El consumo promedio de la rotación como efectos generadores de las ventas en un restaurante. *Revista Nacional de Administración*, 9(1), 47-68. doi:<https://doi.org/10.22458/rna.v9i1.1885>
- Fernández, E., & Ruíz, A. (2022). Satisfacción laboral del personal del área de administración de una Universidad. *Revista San Gregorio*, 1(52), 20-37. doi:<http://dx.doi.org/10.36097/rsan.v0i52.2160>
- García, E., Álvarez, A., & Suárez, R. (2022). Incidencia de la satisfacción laboral en la producción y ventas. *Revista Publicaciones e Investigaciones*, 16(2), 1-12. Obtenido de <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/publicaciones-e-investigacion/article/view/6213/591>

- García, P. (2020). Personal satisfaction on employee satisfaction and its influence on task commitment. *Revista Dadun*, 1(3), 14-75. Obtenido de https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/6691/1/_GarciaTamariz20.pdf
- Gauchi, V. (2017). ESTUDIO DE LOS MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS UTILIZADAS EN BIBLIOTECOLOGÍA Y CIENCIA DE LA INFORMACIÓN. *Revista Española de Documentación Científica*, 1(2), 171-176. Obtenido de <https://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/view/979/1502>
- Gómez, E. (2020). Análisis correlacional en la formación profesional y académica. *Revista Scielo Universidad y Sociedad*, 12(6), 478-483. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n6/2218-3620-rus-12-06-478.pdf>
- Govea, K., & Zuñiga, D. (2020). Factor de la satisfacción laboral como factor organizacional de una empresa de servicios. *Revista Scielo Investigación y Negocios*, 13(21), 15-22. doi:<https://doi.org/10.38147/inv&neg.v13i21.8>
- Guerrero, G., & Guerrero, M. (2020). Epistemología de las ventas y marketing. *Revista UTEG*, 3(2), 1-71. Obtenido de https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:SJ_27Eb1Jx0J:hhttps://www.uteg.edu.ec/wp-content/uploads/2022/10/EPISTEMOLOGIA-DEL-MARKETING.pdf&cd=2&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec
- Gutiérrez, Y. (2022). Nociones del estudio y potencial de la investigación aplicada de una estrategia de innovación. *Revista SENNOVA*, 7(1), 21-44. doi:[10.23850/26652447/7/1/3720](https://doi.org/10.23850/26652447/7/1/3720)
- Hernández, O. (2021). Análisis de los tipos de muestreo no probabilístico. *Revista Scielo de Medicina General Integral*, 37(3), 1442-1447. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252021000300002
- Herzberg, F. (1992). The Motivation to Work. *Revista Universidad EAFIT*, 1-180. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=KYhB-B6kfSMC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

- Hurtado, F. (2020). Fundamentos metodológicos del estudio investigativo. *Revista Scientific*, 5(16), 99-119. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5636/563662985006/html/>
- Kotler, P. (2020). Marketing 5.0. *Techonolgy for humanity*, 1-196. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=ANfzyQEACAAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Laville, E. (2019). Labor motivation plan at CHG. *Polytechnical University of Valencia*, 1(1), 13-19. Obtenido de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/97741/IGNATOVA%20-%20ESTUDIO%20DE%20MOTIVACI%C3%93N%20LABORAL%20Y%20PLAN%20DE%20MOTIVACI%C3%93N%20EN%20LA%20EMPRESA%20CHG.pdf?sequence=1>
- López, P. (2017). La Población. *Revista Latinoamericana de Población Scielo*, 9(8). Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012#:~:text=Es%20el%20conjunto%20de%20personas,los%20accidentes%20iales%20entre%20otros%22.
- Mora, J., & Rosado, M. (2019). Correlation between job satisfaction and job performance. *Revista Dilemas*, 7(1), 1-11. doi:<https://doi.org/10.46377/dilemas.v31i1.1307>
- Noboa, J., Barrera, G., & Rojas, D. (2019). Vinculación del clima empresarial con la satisfacción laboral de una empresa constructora. *Revista ECOTEC*, 6(1), 1-24. Obtenido de <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/184/151>
- Ochoa, I. (2021). Sales and marketing theory by Philip Kotler. *Capital Argument Magazine*, 1(5), 1-8. Obtenido de <https://igorochoa.net/2021/11/08/philip-kotler-el-padre-del-marketing/#:~:text=Una%20de%20las%20principales%20teor%C3%ADas,satisfacer%20sus%20deseos%20y%20necesidades.>

- Olvera, J., Triviño, E., & Bastidas, C. (2022). Satisfacción laboral y tecnoestrés en empleados de una empresa de alimentos. *Revista PSIDIAL*, 1(1), 39-60. doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.585485>
- Onofre, K. (2019). Motivación del personal y su influencia en ventas. *Revista Científica del Sur*, 1(1), 3-28. Obtenido de <https://repositorio.cientifica.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12805/2059/TL-Onofre%20K-Ext.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Ordoñez, K., & Vasquez, C. (2019). Clima organizacional y desempeño laboral en una empresa pública de Babahoyo. *Revista MAPA*, 7(17), 120-145. Obtenido de <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:TQal28-MHgkJ:https://www.revistamapa.org/index.php/es/article/download/172/205&cd=3&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Journal International Morphology*, 33(1), 227-232. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Paredes, N., & Terán, F. (2020). Estrategias para el incremento de ventas; caso de estudio. *Revista de Investigación Enfoques*, 4(16), 248-260. doi:<https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v4i16.97>
- Peña, H., & Villón, S. (2018). Motivación y satisfacción laboral, elemento fundamental en el éxito organizacional. *Revista Arbitrada Multidisciplinaria de Investigación SocioEducativa*, 3(7), 177-192. doi:<https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2018.3.7.9.177-192>
- Pujol, L., & Dabos, G. (2018). Satisfacción laboral y un análisis literario de las principales determinantes. *Revista Redalyc ICESI*, 34(146), 3-18. doi:<https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.146.2809>
- Quispe, R., & Sullca, S. (2020). Satisfacción laboral y compromiso organizacional de docentes. *Revista Redalyc Apuntes Universitarios*, 10(2), 64-78. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=467662252006>

- Vidal, T. (2022). Enfoque cuantitativo: taxonomía en el hallazgo del conocimiento. *Revista digital de investigación LLALLIQ*, 2(1), 13-27. Obtenido de <http://revistas.unasam.edu.pe/index.php/llalliq/article/view/346>
- Villacís, X. (2022). Satisfacción laboral en empleados de una organización de comercio exterior en Quito. *Revista de la Universidad Central del Ecuador*, 1(2), 12-37. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/28554/1/FCP-CPI-LAGLA%20RONALDO.pdf>
- Wayne, J., & Matthews, R. (2019). Predictors and processes of satisfaction with work family balance. *Revista Wiley Online Library*, 25-42. Obtenido de <https://doi.org/10.1002/hrm.21971>
- Zayas, P., & Báez, M. (2018). Causes of job satisfaction in an organization. *Revista Facultad de Ciencias Económicas; Investigación y Reflexión*, 23(2), 35-51. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90943601004>

ANEXOS

1. Tabla de operacionalización de variables o tabla de categorización.

Matriz operacionalización de las variables							
Variables	Conceptual	Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Nivel y categoría
Satisfacción laboral	La satisfacción de una persona en el área de trabajo es referente a la vinculación con su trabajo y las actitudes que se basan en el mismo. Además, indican que el sentimiento de la satisfacción no solo se basa en los factores, sino que en los esfuerzos y rendimientos fundamentales, así como la contribución, solidez y nuevos ímpetus de la personalidad (Herzberg, 1992).	Las dimensiones que se usaron para medir las variables se determinaron en; condiciones de trabajo, recompensa laboral, toma de decisiones, satisfacción en el área de trabajo. De acuerdo con los indicadores, se encuentran establecidas por materiales, equipos necesarios y ambiente físico del trabajo. Programas de recompensa laboral, reconocimiento de la trayectoria de los empleados.	Condiciones de trabajo Recompensa laboral Toma de decisiones Satisfacción en el área de trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> • Materiales, equipos importantes • Ambiente físico del área de trabajo • Programas de recompensa salarial • Reconocimiento de la labor del empleado • Reuniones con empleados. • Aporte de ideas • Información para desarrollar las actividades Comunicación entre empleado-cliente.	1-4 5-7 8-10 11-14	Ordinal Siempre (5) Casi siempre (4) Algunas veces (3) Pocas veces (2) Nunca (1)	Deficiente Regular Eficiente

Ventas	Las ventas es el eje principal de cualquier empresa, así como el proceso de marketing, no solo como estrategia, sino basado en entender la mercadotecnia, en cuanto a las ventas poder satisfacer las necesidades y deseos de los clientes. Además, durante la venta no solo es necesario que el cliente pruebe el producto, sino que también sea parte y conozca su creación (Kotler, 2020).	Se determina en la capacidad de realizar una persuasión con el cliente con el propósito de que realice la compra o adquisición de un producto o servicio. Las dimensiones se basan en la gestión de ventas, captación de usuario o cliente y los tipos de ventas. En referencia a los indicadores se basa en el beneficio al cliente, ventas online; confianza, satisfacción de clientes y valor agregado; ventas indirectas y directas.	Gestión de ventas Tipos de ventas Captación de clientes o usuarios	<ul style="list-style-type: none"> • Beneficio de cliente • Ventas online • Ventas directas • Ventas indirectas • Satisfacción de clientes • Confianza • Valor agregado 	1-6 7-10 11-14	Ordinal Siempre (5) Casi siempre (4) Algunas veces (3) Pocas veces (2) Nunca (1)	Bajo Medio Alto
--------	---	--	--	--	--------------------------------------	---	-------------------------------

Fuente: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90943601004> 10.37811/cl_rcm.v5i5.1077

Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Tipo de investigación	Población	Instrumentos
General	General	General			
¿Cómo la satisfacción laboral influye en las ventas en la microempresa Cheese and Cheese Ecuador 2023?	Determinar como la satisfacción laboral influye en las ventas en la microempresa Cheese and Cheese Ecuador 2023	Existe influencia significativa entre la satisfacción laboral y las ventas en la microempresa Cheese and Cheese, Ecuador, 2023.	El desarrollo de este estudio se basó de una investigación aplicada.	90 empleados de la microempresa Cheese & Cheese	En referencia con el instrumento se basa en un cuestionario compuesto por 28
Específicos	Específicos	Específicas	Diseño de investigación	Muestra	interrogantes, este
¿Cómo la satisfacción laboral influye en la gestión de ventas en la microempresa Cheese and Cheese, Ecuador 2023?	Determinar como la satisfacción laboral influye en la gestión de ventas en la microempresa Cheese and Cheese, Ecuador 2023.	Existe influencia significativa entre la satisfacción laboral y la gestión de ventas en la microempresa Cheese and Cheese, Ecuador 2023.	Estudio no experimental, correlacional causal.	Se ha considerado una muestra probabilística obtenida de 74 empleados	cuestionario será respondido de acuerdo con una valoración de tipo ordinal de Likert con los siguientes aspectos;
Cómo la satisfacción laboral influye en los tipos de ventas en la microempresa Cheese and Cheese, Ecuador 2023?	Determinar como la satisfacción laboral influye en los tipos de ventas en la microempresa Cheese and Cheese Ecuador 2023.	Existe influencia significativa entre la satisfacción laboral y los tipos de ventas en la microempresa Cheese and Cheese, Ecuador, 2023.			siempre (5), casi siempre (4), algunas veces (3), pocas veces (2), nunca (1).
¿Cómo la satisfacción laboral influye en captación de clientes o	Determinar como la satisfacción laboral influye en la captación de clientes o usuarios	Existe influencia significativa entre la satisfacción laboral y captación de clientes o			

usuarios en la microempresa Cheese and Cheese, Ecuador 2023?	en la microempresa Cheese and Cheese Ecuador 2023.	usuarios en la microempresa Cheese and Cheese, Ecuador 2023.			
--	--	--	--	--	--

2. Instrumentos de recolección de datos.

Cuestionario para evaluar la satisfacción laboral

El presente cuestionario tiene como objetivo poder analizar la satisfacción laboral de forma como se perciba en cuanto a su labor. Esta información que se brindará será de manera anónima, no se debe mencionar sus datos de trabajo. Se le pide de manera más sincera poder responder todos los ítems indicados y que las respuestas sean totalmente confidenciales, debe tener en consideración que no existen respuestas correctas, ni mucho menos respuestas incorrectas.

Instrucciones: En el presente cuestionario se les indicará 14 interrogantes, señale con (x) el nivel de cada frase que se ajusta su respuesta, de acuerdo con la siguiente escala; Siempre (5), Casi siempre (4), Algunas veces (3), Pocas veces (2), Ninguna vez (1).

N°	Dimensiones	1	2	3	4	5
	Dimensión 1: Condiciones de trabajo					
1	La iluminación en el lugar de trabajo es adecuada					
2	Cuenta con los materiales y equipos necesarios en el trabajo					
3	El ambiente físico del lugar de trabajo influye de una forma positiva en el desempeño de su trabajo					
4	Las herramientas y equipos reciben su mantenimiento adecuado					
	Dimensión 2: Recompensa laboral					
5	Se siente satisfecho con los beneficios que le otorga la microempresa					
6	Dentro de la microempresa le reconocen el tiempo y trayectoria laboral					
7	Al dar un reconocimiento la empresa respeta la meritocracia					
	Dimensión 3: Toma de decisiones					
8	Sus opiniones son tomadas en consideración por el gerente y compañeros del trabajo					
9	Tiene autoconfianza al elegir una decisión para el mejoramiento de la microempresa					
10	Existe una comunicación adecuada entre gerente-empleado para tomar decisiones					
	Dimensión 4: Satisfacción en el área de trabajo					
11	Puede desarrollar sus habilidades individuales y competitivas					
12	El gerente le brinda la información sobre su rol que desempeña					
13	En la microempresa los empleados tienen funciones y responsabilidades establecidas					
14	En la microempresa siente que es parte de un equipo de trabajo					

Fuente: Job satisfaction: evaluation survey

Cuestionario para evaluar la influencia de ventas

El presente cuestionario tiene como objetivo poder analizar las ventas de forma como se da en cuanto a la microempresa donde labora. Esta información que se brindará será de manera anónima, no se debe mencionar sus datos de trabajo. Se le pide de manera más sincera poder responder todos los ítems indicados y que las respuestas sean totalmente confidenciales, debe tener en consideración que no existen respuestas correctas, ni mucho menos respuestas incorrectas.

Instrucciones: En el presente cuestionario se les indicará 14 interrogantes, señale con (x) el nivel de cada frase que se ajusta su respuesta, de acuerdo con la siguiente escala; Siempre (5), Casi siempre (4), Algunas veces (3), Pocas veces (2), Ninguna vez (1).

N°	Dimensiones	1	2	3	4	5
	Dimensión 1: Gestión de ventas					
1	Las ventas online benefician a los clientes o usuarios					
2	Los servicios que ofrece la microempresa son importantes para usted					
3	Ha tenido algún problema en cuanto a las ventas de la microempresa					
4	La microempresa los capacita para poder realizar una adecuada venta					
5	La microempresa les indica sobre el proceso de ofertas o descuentos de los productos.					
6	La microempresa le realiza alguna evaluación sobre la atención de ventas que realiza					
	Dimensión 2: Tipo de ventas					
7	Despeja las dudas que tenga el cliente					
8	Realiza una atención personalizada en las ventas directas					
9	Los productos que oferta la microempresa mediante los medios digitales permiten ahorrar tiempo en las ventas					
10	Considera que la microempresa tiene productos interesantes para los clientes.					
	Dimensión 3: Captación de clientes					
11	Brinda una adecuada atención a cada uno de los clientes					
12	La microempresa le brinda flexibilidad de los horarios					
13	Realizan propagandas o spot publicitario de los productos que oferta la microempresa					
14	Cree que el servicio que brinda la microempresa es seguro para los clientes					

3. Matriz evaluación por juicio de expertos, formato UCV.

Validez de expertos

VALIDEZ POR JUICIO DE EXPERTOS

Señorita:

Chang Medina Jessica Cecilia

Presente

Asunto: Validación de instrumentos a través de juicio de experto

Nos es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de **Maestría en Administración de Negocios-MBA** de la **Universidad César Vallejo**, en la sede Lima promoción 2023 aula **A1** requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi trabajo de investigación.

El título nombre del proyecto de investigación es: **Influencia de la satisfacción laboral en las ventas de la microempresa cheese and cheese, Ecuador, 2022** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente;



Guzmán Zapata Leonardo Flavio

C.I 1204587743

1. Datos generales del Juez

Nombre del juez:	Chang Medina Jessica Cecilia	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clinica () Social () Educativa ()	Organizacional (X)
Áreas de experiencia profesional:	Administradora	
Institución donde labora:	Empresa Chemicalagro	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (X)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos del cuestionario para evaluar la satisfacción laboral

Nombre de la Prueba:	Satisfacción laboral
Autor (a):	(Aguero, Báez, & Zayas, 2018)
Objetivo:	Analizar la importancia de la satisfacción laboral y su influencia en las ventas en los trabajadores de la microempresa cheese and cheese Ecuador 2022.
Año:	2023
Ámbito de aplicación:	Empresarial
Dimensiones:	Condiciones de trabajo Recompensa laboral Toma de decisiones Satisfacción en el área de trabajo.
Confiabilidad:	0,83 alfa de Cronbach
Escala:	Ordinal (Siempre (5) Casi siempre (4) Algunas veces (3) Pocas veces (2) Nunca (1))
Cantidad de ítems:	14 ítems
Tiempo de aplicación:	30 minutos

4. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario **Satisfacción laboral** elaborado por **Guzmán Zapata Leonardo Flavio** en el año 2023 de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.

	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

- 4: Alto nivel
3: Moderado nivel
2: Bajo Nivel
1: No cumple con el criterio

Instrumento que mide la variable 01: Satisfacción laboral

Definición de la variable: La satisfacción de una persona en el área de trabajo es referente a la vinculación con su trabajo y las actitudes que se basan en el mismo. Además, indican que el sentimiento de la satisfacción no solo de basa en los factores, sino que en los esfuerzos y rendimientos que son fundamentales, así como la contribución, solidez y nuevos ímpetus de la personalidad (Herzberg, 1992).

Dimensión 1: Condiciones de trabajo: Se basa en el área o escenario donde se desarrolla el trabajo en respecto a la oportunidad de superarse dentro de la empresa, son las particularidades que se muestran o exhiben en el área de labor.

Dimensión 2: Recompensa laboral: Se refiere a la mayor fuente de satisfacción laboral de los empleados, mediante el sueldo establecido, bonificaciones para horas laborales, incentivos económicos que se convierten en una recompensa laboral dado a la consecuencia del trabajo mediante el desempeño.

Dimensión 3: Toma de decisiones: Este aspecto indica que tiene influencia en uno o más individuos que son parte del equipo de empleados que tienen los mismos entusiasmos en alcanzar el propósito trazado. Tiene influencia, estimulación y asistir el potencial de los empleados.

Dimensión 4: Satisfacción en el área de trabajo: De acuerdo con esta dimensión se basa en la satisfacción que tiene el empleado relacionado con el horario laboral, alimentación, servicios asistenciales de salud y recreaciones dentro de la organización.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Materiales, equipos importantes	1. La iluminación en el lugar de trabajo es adecuada	3	4	3	
	2. Cuenta con los materiales y equipos necesarios en el trabajo	4	4	3	
	3. El ambiente físico del lugar de trabajo influye de	3	4	4	

Ambiente físico del área de trabajo	una forma positiva en el desempeño de su trabajo				
	4. Las herramientas y equipos reciben su mantenimiento adecuado	4	3	4	
Programas de recompensa salarial	5. Se siente satisfecho con los beneficios que le otorga la microempresa	4	4	3	
	6. Dentro de la microempresa le reconocen el tiempo y trayectoria laboral	3	4	4	
Reconocimiento de la labor del empleado	7. Al dar un reconocimiento la empresa respeta la meritocracia	4	4	3	
	8. Sus opiniones son tomadas en consideración por el gerente y compañeros del trabajo	4	3	4	
Reuniones con empleados.	9. Tiene autoconfianza al elegir una decisión para el mejoramiento de la microempresa	3	4	4	
	10. Existe una comunicación adecuada entre gerente-empleado para tomar decisiones	4	4	4	
Aporte de ideas	11. Puede desarrollar sus habilidades individuales y competitivas	3	4	3	
	12. El gerente le brinda la información sobre su rol que desempeña	4	3	4	
Información para desarrollar las actividades	13. En la microempresa los empleados tienen funciones y responsabilidades establecidas	4	3	4	
	14. En la microempresa siente que es parte de un equipo de trabajo	4	4	3	
Comunicación entre empleado-cliente					

Jessica Cecilia Medina
Jessica Cecilia Medina
Juez validador

1. Datos generales del Juez

Nombre del juez:	Chang Medina Jessica Cecilia	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa () Organizacional (X)	
Áreas de experiencia profesional:	Departamento de recursos humanos	
Institución donde labora:	Empresa Disensa	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (X)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos del cuestionario para evaluar la influencia en ventas

Nombre de la Prueba:	Ventas
Autor (a):	(Díaz, Burbano, & Salazar, 2018)
Objetivo:	Analizar la importancia de la satisfacción laboral y su influencia en las ventas en los trabajadores de la microempresa cheese and cheese Ecuador 2022.
Año:	2023
Ambito de aplicación:	Empresarial
Dimensiones:	Gestión de ventas Tipos de ventas Captación de clientes o usuarios
Confiabilidad:	0,83 alfa de Cronbach
Escala:	Ordinal (Siempre (5) Casi siempre (4) Algunas veces (3) Pocas veces (2) Nunca (1))
Cantidad de ítems:	14 ítems
Tiempo de aplicación:	20 minutos

4. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario **las ventas** elaborado por **Guzmán Zapata Leonardo Flavio** en el año 2023 de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.

RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

4: Alto nivel

3: Moderado nivel

2: Bajo Nivel

1: No cumple con el criterio

Instrumento que mide la variable 02: Ventas

Definición de la variable: Las ventas es el eje principal de cualquier empresa, así como el proceso de marketing, no solo basado como en una estrategia, sino que se basa en entender la mercadotecnia y también en cuanto a las ventas poder satisfacer las necesidades y deseos de los clientes o usuarios. Además, explicar Kotler que durante la venta no solo es necesario que el cliente pruebe el producto, sino que también sea parte y conozca su creación (Kotler, 2020).

Dimensión 1: Gestión de ventas: Su labor de estudio permite la motivación y relaciones individuales entre los consultores y directivos, así como lograr y alcanzar los resultados necesarios durante el proceso de ventas para beneficio del cliente y las ventas online.

Dimensión 2: Tipo de ventas: La vinculación entre varios de los elementos parciales referente al mundo empresarial y ser el pilar fundamental de acuerdo con la sostenibilidad actual, se efectúan los tipos de ventas directas e indirectas.

Dimensión 3: Captación de clientes: El cual se refiere a los consumidores que requieren de las particularidades y tendencias de los clientes, así como los requerimientos no satisfechos, en esta dimensión se analiza la satisfacción de clientes, confianza y el valor agregado.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Beneficio de cliente	Las ventas online benefician a los clientes o usuarios	3	4	3	
	Los servicios que ofrece la microempresa son importantes para usted	4	4	3	
Ventas online	Ha tenido algún problema en cuanto a las ventas de la microempresa	3	4	4	
	La microempresa los capacita para poder realizar una adecuada venta	3	4	4	

	La microempresa les indica sobre el proceso de ofertas o descuentos de los productos.	3	4	4	
	La microempresa le realiza alguna evaluación sobre la atención de ventas que realiza	3	3	4	
Ventas directas	Despeja las dudas que tenga el cliente	4	3	4	
	Realiza una atención personalizada en las ventas directas	4	3	3	
Ventas indirectas	Los productos que oferta la microempresa mediante los medios digitales permiten ahorrar tiempo en las ventas	3	4	4	
	Considera que la microempresa tiene productos interesantes para los clientes.	3	4	4	
Satisfacción de clientes	Brinda una adecuada atención a cada uno de los clientes	4	3	4	
Confianza	La microempresa le brinda flexibilidad de los horarios	3	4	3	
	Realizan propagandas o spot publicitario de los productos que oferta la microempresa	4	4	4	
Valor agregado	Cree que el servicio que brinda la microempresa es seguro para los clientes	3	3	3	

Jessica Chang Medina
 Chang Medina Jessica Cecilia
 Juez validador

VALIDEZ POR JUICIO DE EXPERTOS

Señorita:

Aragundi Torres Jazmín Jessica

Presente

Asunto: Validación de instrumentos a través de juicio de experto

Nos es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de **Maestría en Administración de Negocios-MBA** de la **Universidad César Vallejo**, en la sede Lima promoción 2023 aula **A1** requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi trabajo de investigación.

El título nombre del proyecto de investigación es: **Influencia de la satisfacción laboral en las ventas de la microempresa cheese and cheese, Ecuador, 2022** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente;



Guzmán Zapata Leonardo Flavio
C.I 1204587743

1. Datos generales del Juez

Nombre del juez:	Aragundi Torres Jazmín Jessica	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clinica () Social () Educativa ()	Organizacional (X)
Áreas de experiencia profesional:	Departamento de recursos humanos	
Institución donde labora:	Empresa Disensa	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (X)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos del cuestionario para evaluar la satisfacción laboral

Nombre de la Prueba:	Satisfacción laboral
Autor (a):	(Agüero, Báez, & Zayas, 2018)
Objetivo:	Analizar la importancia de la satisfacción laboral y su influencia en las ventas en los trabajadores de la microempresa cheese and cheese Ecuador 2022.
Año:	2023
Ámbito de aplicación:	Empresarial
Dimensiones:	Condiciones de trabajo Recompensa laboral Toma de decisiones Satisfacción en el área de trabajo.
Confiabilidad:	0,83 alfa de Cronbach
Escala:	Ordinal (Siempre (5) Casi siempre (4) Algunas veces (3) Pocas veces (2) Nunca (1))
Cantidad de ítems:	17 ítems
Tiempo de aplicación:	30 minutos

4. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario **Satisfacción laboral** elaborado por **Guzmán Zapata Leonardo Flavio** en el año 2023 de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.

RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

- 4: Alto nivel
- 3: Moderado nivel
- 2: Bajo Nivel
- 1: No cumple con el criterio

Instrumento que mide la variable 01: Satisfacción laboral

Definición de la variable: La satisfacción de una persona en el área de trabajo es referente a la vinculación con su trabajo y las actitudes que se basan en el mismo. Además, indican que el sentimiento de la satisfacción no solo de basa en los factores, sino que en los esfuerzos y rendimientos que son fundamentales, así como la contribución, solidez y nuevos ímpetus de la personalidad (Herzberg, 1992).

Dimensión 1: Condiciones de trabajo: Se basa en el área o escenario donde se desarrolla el trabajo en respecto a la oportunidad de superarse dentro de la empresa, son las particularidades que se muestran o exhiben en el área de labor.

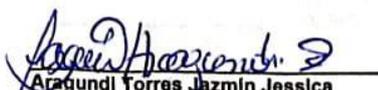
Dimensión 2: Recompensa laboral: Se refiere a la mayor fuente de satisfacción laboral de los empleados, mediante el sueldo establecido, bonificaciones para horas laborales, incentivos económicos que se convierten en una recompensa laboral dado a la consecuencia del trabajo mediante el desempeño.

Dimensión 3: Toma de decisiones: Este aspecto indica que tiene influencia en uno o más individuos que son parte del equipo de empleados que tienen los mismos entusiasmos en alcanzar el propósito trazado. Tiene influencia, estimulación y asistir el potencial de los empleados.

Dimensión 4: Satisfacción en el área de trabajo: De acuerdo con esta dimensión se basa en la satisfacción que tiene el empleado relacionado con el horario laboral, alimentación, servicios asistenciales de salud y recreaciones dentro de la organización.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Materiales, equipos importantes	1. La iluminación en el lugar de trabajo es adecuada	4	4	4	
	2. Cuenta con los materiales y equipos necesarios en el trabajo	3	4	4	
	3. El ambiente físico del lugar de trabajo influye de una forma	4	3	4	
Ambiente físico					

del área de trabajo	positiva en el desempeño de su trabajo				
	4. Las herramientas y equipos reciben su mantenimiento adecuado	3	4	4	
Programas de recompensa salarial	5. Se siente satisfecho con los beneficios que le otorga la microempresa	4	3	4	
	6. Dentro de la microempresa le reconocen el tiempo y trayectoria laboral	4	4	4	
Reconocimiento de la labor del empleado	7. Al dar un reconocimiento la empresa respeta la meritocracia	3	4	3	
	8. Sus opiniones son tomadas en consideración por el gerente y compañeros del trabajo	4	4	4	
Reuniones con empleados.	9. Tiene autoconfianza al elegir una decisión para el mejoramiento de la microempresa	3	4	4	
	10. Existe una comunicación adecuada entre gerente-empleado para tomar decisiones	4	4	4	
Aporte de Ideas	11. Puede desarrollar sus habilidades individuales y competitivas	4	4	3	
	12. El gerente le brinda la información sobre su rol que desempeña	4	4	4	
Información para desarrollar las actividades	13. En la microempresa los empleados tienen funciones y responsabilidades establecidas	4	4	3	
	14. En la microempresa siente que es parte de un equipo de trabajo	3	4	3	
Comunicación entre empleado-cliente					


 Aragundi Torres Jazmín Jessica
 Juez validador

1. Datos generales del Juez

Nombre del juez:	Aragundi Torres Jazmín Jessica	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clinica () Social () Educativa ()	Organizacional (X)
Áreas de experiencia profesional:	Departamento de recursos humanos	
Institución donde labora:	Empresa Disensa	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (X)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos del cuestionario para evaluar la influencia en ventas

Nombre de la Prueba:	Ventas
Autor (a):	(Díaz, Burbano, & Salazar, 2018)
Objetivo:	Analizar la importancia de la satisfacción laboral y su influencia en las ventas en los trabajadores de la microempresa cheese and cheese Ecuador 2022.
Año:	2023
Ámbito de aplicación:	Empresarial
Dimensiones:	Gestión de ventas Tipos de ventas Captación de clientes o usuarios
Confiabilidad:	0,83 alfa de Cronbach
Escala:	Ordinal (Siempre (5) Casi siempre (4) Algunas veces (3) Pocas veces (2) Nunca (1))
Cantidad de ítems:	14 ítems
Tiempo de aplicación:	20 minutos

4. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario las ventas elaborado por Guzmán Zapata Leonardo Flavio en el año 2023 de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.

RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser.		afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

- 4: Alto nivel
- 3: Moderado nivel
- 2: Bajo Nivel
- 1: No cumple con el criterio

Instrumento que mide la variable 02: Ventas

Definición de la variable: Las ventas es el eje principal de cualquier empresa, así como el proceso de marketing, no solo basado como en una estrategia, sino que se basa en entender la mercadotecnia y también en cuanto a las ventas poder satisfacer las necesidades y deseos de los clientes o usuarios. Además, explicar Kotler que durante la venta no solo es necesario que el cliente pruebe el producto, sino que también sea parte y conozca su creación (Kotler, 2020).

Dimensión 1: Gestión de ventas: Su labor de estudio permite la motivación y relaciones individuales entre los consultores y directivos, así como lograr y alcanzar los resultados necesarios durante el proceso de ventas para beneficio del cliente y las ventas online.

Dimensión 2: Tipo de ventas: La vinculación entre varios de los elementos parciales referente al mundo empresarial y ser el pilar fundamental de acuerdo con la sostenibilidad actual, se efectúan los tipos de ventas directas e indirectas.

Dimensión 3: Captación de clientes: El cual se refiere a los consumidores que requieren de las particularidades y tendencias de los clientes, así como los requerimientos no satisfechos, en esta dimensión se analiza la satisfacción de clientes, confianza y el valor agregado.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Beneficio de cliente	Las ventas online benefician a los clientes o usuarios	3	4	4	
	Los servicios que ofrece la microempresa son importantes para usted	4	4	3	
Ventas online	Ha tenido algún problema en cuanto a las ventas de la microempresa	4	3	4	
	La microempresa los capacita para poder realizar una adecuada venta	4	3	4	

	La microempresa les indica sobre el proceso de ofertas o descuentos de los productos.	3	4	4	
	La microempresa le realiza alguna evaluación sobre la atención de ventas que realiza	4	3	4	
Ventas directas	Despeja las dudas que tenga el cliente	4	4	4	
	Realiza una atención personalizada en las ventas directas	3	4	4	
Ventas indirectas	Los productos que oferta la microempresa mediante los medios digitales permiten ahorrar tiempo en las ventas	4	3	4	
	Considera que la microempresa tiene productos interesantes para los clientes.	4	4	3	
Satisfacción de clientes	Brinda una adecuada atención a cada uno de los clientes	4	4	4	
Confianza	La microempresa le brinda flexibilidad de los horarios	4	3	3	
	Realizan propagandas o spot publicitario de los productos que oferta la microempresa	3	4	4	
Valor agregado	Cree que el servicio que brinda la microempresa es seguro para los clientes	4	4	3	

Jessica Aragón
Aragundi Torres Jazmin Jessica
Juez validador

VALIDEZ POR JUICIO DE EXPERTOS

Señor:

Castillo Zúñiga Víctor Manuel

Presente

Asunto: Validación de instrumentos a través de juicio de experto

Nos es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de **Maestría en Administración de Negocios-MBA de la Universidad César Vallejo**, en la sede Lima promoción 2023 aula **A1** requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi trabajo de investigación.

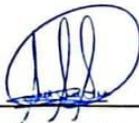
El título nombre del proyecto de investigación es: **Influencia de la satisfacción laboral en las ventas de la microempresa cheese and cheese, Ecuador, 2022** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente;



Guzmán Zapata Leonardo Flavio

C.I 1204587743

1. Datos generales del Juez

Nombre del juez:	Castillo Zúñiga Víctor Manuel		
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor (X)	
Área de formación académica:	Clinica ()	Social (X)	Educativa ()
	Organizacional (X)		
Áreas de experiencia profesional:	Gerente Administrativo		
Institución donde labora:	Empresa LitoBan		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (X)	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos del cuestionario para evaluar la satisfacción laboral

Nombre de la Prueba:	Satisfacción laboral
Autor (a):	(Aguero, Báez, & Zayas, 2018)
Objetivo:	Analizar la importancia de la satisfacción laboral y su influencia en las ventas en los trabajadores de la microempresa cheese and cheese Ecuador 2022.
Año:	2023
Ámbito de aplicación:	Empresarial
Dimensiones:	Condiciones de trabajo Recompensa laboral Toma de decisiones Satisfacción en el área de trabajo.
Confiabilidad:	0,83 alfa de Cronbach
Escala:	Ordinal (Siempre (5) Casi siempre (4) Algunas veces (3) Pocas veces (2) Nunca (1))
Cantidad de ítems:	14 ítems
Tiempo de aplicación:	30 minutos

4. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario **Satisfacción laboral** elaborado por **Guzmán Zapata Leonardo Flavio** en el año 2023 de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.

	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

- 4: Alto nivel
3: Moderado nivel
2: Bajo Nivel
1: No cumple con el criterio

Instrumento que mide la variable 01: Satisfacción laboral

Definición de la variable: La satisfacción de una persona en el área de trabajo es referente a la vinculación con su trabajo y las actitudes que se basan en el mismo. Además, indican que el sentimiento de la satisfacción no solo de basa en los factores, sino que en los esfuerzos y rendimientos que son fundamentales, así como la contribución, solidez y nuevos ímpetus de la personalidad (Herzberg, 1992).

Dimensión 1: Condiciones de trabajo: Se basa en el área o escenario donde se desarrolla el trabajo en respecto a la oportunidad de superarse dentro de la empresa, son las particularidades que se muestran o exhiben en el área de labor.

Dimensión 2: Recompensa laboral: Se refiere a la mayor fuente de satisfacción laboral de los empleados, mediante el sueldo establecido, bonificaciones para horas laborales, incentivos económicos que se convierten en una recompensa laboral dado a la consecuencia del trabajo mediante el desempeño.

Dimensión 3: Toma de decisiones: Este aspecto indica que tiene influencia en uno o más individuos que son parte del equipo de empleados que tienen los mismos entusiasmos en alcanzar el propósito trazado. Tiene influencia, estimulación y asistir el potencial de los empleados.

Dimensión 4: Satisfacción en el área de trabajo: De acuerdo con esta dimensión se basa en la satisfacción que tiene el empleado relacionado con el horario laboral, alimentación, servicios asistenciales de salud y recreaciones dentro de la organización.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Materiales, equipos importantes	1. La iluminación en el lugar de trabajo es adecuada	4	3	4	
	2. Cuenta con los materiales y equipos necesarios en el trabajo	4	3	3	
	3. El ambiente físico del lugar de				

Ambiente físico del área de trabajo	trabajo influye de una forma positiva en el desempeño de su trabajo	4	3	4	
	4. Las herramientas y equipos reciben su mantenimiento adecuado	3	4	4	
Programas de recompensa salarial	5. Se siente satisfecho con los beneficios que le otorga la microempresa	4	3	3	
Reconocimiento de la labor del empleado	6. Dentro de la microempresa le reconocen el tiempo y trayectoria laboral	3	4	4	
	7. Al dar un reconocimiento la empresa respeta la meritocracia	4	4	4	
Reuniones con empleados.	8. Sus opiniones son tomadas en consideración por el gerente y compañeros del trabajo	3	4	4	
	9. Tiene autoconfianza al elegir una decisión para el mejoramiento de la microempresa	4	3	3	
Aporte de ideas	10. Existe una comunicación adecuada entre gerente-empleado para tomar decisiones	4	4	4	
Información para desarrollar las actividades	11. Puede desarrollar sus habilidades individuales y competitivas	3	4	3	
	12. El gerente le brinda la información sobre su rol que desempeña	4	3	4	
	13. En la microempresa los empleados tienen funciones y responsabilidades establecidas	3	3	4	
Comunicación entre empleado-cliente	14. En la microempresa siente que es parte de un equipo de trabajo	3	4	4	

Victor Castillo Zúñiga
 Castillo Zúñiga Victor Manuel
 Juez validador

1. Datos generales del Juez

Nombre del juez:	Castillo Zúñiga Víctor Manuel	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor (X)
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa () Organizacional (X)	
Áreas de experiencia profesional:	Gerente Administrativo	
Institución donde labora:	Empresa LitoBan	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (X)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos del cuestionario para evaluar la influencia en ventas

Nombre de la Prueba:	Ventas
Autor (a):	(Díaz, Burbano, & Salazar, 2018)
Objetivo:	Analizar la importancia de la satisfacción laboral y su influencia en las ventas en los trabajadores de la microempresa cheese and cheese Ecuador 2022.
Año:	2023
Ámbito de aplicación:	Empresarial
Dimensiones:	Gestión de ventas Tipos de ventas Captación de clientes o usuarios
Confiabilidad:	0,83 alfa de Cronbach
Escala:	Ordinal (Siempre (5) Casi siempre (4) Algunas veces (3) Pocas veces (2) Nunca (1))
Cantidad de ítems:	14 ítems
Tiempo de aplicación:	20 minutos

4. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario **las ventas** elaborado por **Guzmán Zapata Leonardo Flavio** en el año 2023 de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.

RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene ninguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

- 4: Alto nivel**
3: Moderado nivel
2: Bajo Nivel
1: No cumple con el criterio

Instrumento que mide la variable 02: Ventas

Definición de la variable: Las ventas es el eje principal de cualquier empresa, así como el proceso de marketing, no solo basado como en una estrategia, sino que se basa en entender la mercadotecnia y también en cuanto a las ventas poder satisfacer las necesidades y deseos de los clientes o usuarios. Además, explicar Kotler que durante la venta no solo es necesario que el cliente pruebe el producto, sino que también sea parte y conozca su creación (Kotler, 2020).

Dimensión 1: Gestión de ventas: Su labor de estudio permite la motivación y relaciones individuales entre los consultores y directivos, así como lograr y alcanzar los resultados necesarios durante el proceso de ventas para beneficio del cliente y las ventas online.

Dimensión 2: Tipo de ventas: La vinculación entre varios de los elementos parciales referente al mundo empresarial y ser el pilar fundamental de acuerdo con la sostenibilidad actual, se efectúan los tipos de ventas directas e indirectas.

Dimensión 3: Captación de clientes: El cual se refiere a los consumidores que requieren de las particularidades y tendencias de los clientes, así como los requerimientos no satisfechos, en esta dimensión se analiza la satisfacción de clientes, confianza y el valor agregado.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Beneficio de cliente	Las ventas online benefician a los clientes o usuarios	4	3	4	
	Los servicios que ofrece la microempresa son importantes para usted	3	4	4	
Ventas online	Ha tenido algún problema en cuanto a las ventas de la microempresa	4	3	4	
	La microempresa los capacita para poder realizar una adecuada venta	4	3	3	

	La microempresa les indica sobre el proceso de ofertas o descuentos de los productos.	4	3	4	
	La microempresa le realiza alguna evaluación sobre la atención de ventas que realiza.	4	3	4	
Ventas directas	Despeja las dudas que tenga el cliente.	3	4	3	
	Realiza una atención personalizada en las ventas directas.	4	3	3	
Ventas indirectas	Los productos que oferta la microempresa mediante los medios digitales permiten ahorrar tiempo en las ventas.	4	4	4	
	Considera que la microempresa tiene productos interesantes para los clientes.	3	4	3	
Satisfacción de clientes	Brinda una adecuada atención a cada uno de los clientes.	4	4	3	
Confianza	La microempresa le brinda flexibilidad de los horarios.	4	3	3	
	Realizan propagandas o spot publicitario de los productos que oferta la microempresa.	4	3	3	
Valor agregado	Cree que el servicio que brinda la microempresa es seguro para los clientes.	4	4	4	

Victor Castillo Zúñiga
Castillo Zúñiga Victor Manuel
Juez validador

5. Resultado de similitud del programa Turnitin.

6. Otros anexos:



Calculadora de Muestras

Margen de error: 10%
Nivel de confianza: 95%
Tamaño de Población: 90
Calcular

Margen: 5%
Nivel de confianza: 95%
Población: 90

Tamaño de muestra: 74

Ecuación Estadística para Proporciones poblacionales

$$n = \frac{z^2(p^*q)}{e^2 + \frac{z^2(p^*q)}{N}}$$

1= Tamaño de la muestra
z= Nivel de confianza deseado
p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)
q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)
e= Nivel de error dispuesto a cometer
N= Tamaño de la población

Satisfacción laboral

Análisis de confiabilidad de la variable independiente.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,804	14

El cuestionario en cuanto a la variable independiente arroja como resultado excelente confiabilidad

Ventas

Análisis de confiabilidad de la variable dependiente.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,859	14

El cuestionario en cuanto a la variable independiente arroja como resultado excelente confiabilidad

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Satisfacción laboral	,163	74	,000	,757	74	,000
Ventas	,154	74	,000	,834	74	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

	V1	D1	D2	D3	D4	V2	D1L	D2L	D3L	V1A	V2A	D1LA	D2LA	D3LA	var	var	var	v
1	67	19	15	14	19	70	30	20	20	3	3	3	3	3				
2	59	18	12	13	16	62	25	19	18	3	3	3	3	3				
3	62	17	14	13	18	63	28	18	17	3	3	3	3	3				
4	59	17	15	10	17	62	27	19	16	3	3	3	3	3				
5	65	20	13	14	18	65	29	19	17	3	3	3	3	3				
6	63	18	14	14	17	64	28	19	17	3	3	3	3	3				
7	61	17	13	14	17	59	25	17	17	3	3	3	3	3				
8	61	17	15	13	16	63	28	19	16	3	3	3	3	3				
9	59	17	15	12	15	62	26	19	17	3	3	3	3	3				
10	63	17	14	14	18	64	28	20	16	3	3	3	3	3				
11	64	19	14	13	18	62	29	17	16	3	3	3	3	3				
12	70	20	15	15	20	61	26	18	17	3	3	3	3	3				
13	64	16	15	15	18	60	25	17	18	3	3	3	3	3				
14	63	19	13	14	17	58	26	15	17	3	3	3	3	3				
15	66	18	14	15	19	35	16	11	8	3	2	2	2	1				
16	63	18	14	14	17	63	28	19	16	3	3	3	3	3				
17	62	18	12	13	19	61	26	19	16	3	3	3	3	3				
18	63	19	15	13	16	70	30	20	20	3	3	3	3	3				
19	62	18	14	13	17	61	27	18	16	3	3	3	3	3				
20	63	15	15	13	20	62	27	17	18	3	3	3	3	3				
21	63	18	13	14	18	65	28	20	17	3	3	3	3	3				
22	65	19	13	15	18	64	28	18	18	3	3	3	3	3				
23	64	18	14	13	19	63	28	18	17	3	3	3	3	3				
24	65	18	14	14	19	61	26	18	17	3	3	3	3	3				
25	63	17	13	13	20	70	30	20	20	3	3	3	3	3				
26	65	19	14	14	18	62	27	17	18	3	3	3	3	3				
27	64	18	15	13	18	63	27	18	18	3	3	3	3	3				
28	63	17	13	14	19	62	26	20	16	3	3	3	3	3				
29	38	11	9	9	9	66	28	19	19	2	3	3	3	3				



17: Visible: 14 de 14 variables

	V1	D1	D2	D3	D4	V2	D1L	D2L	D3L	V1A	V2A	D1LA	D2LA	D3LA	var	var	var	v
30	63	17	14	13	19	61	26	17	18	3	3	3	3	3				
31	64	19	14	12	19	63	28	18	17	3	3	3	3	3				
32	61	17	14	12	18	66	28	20	18	3	3	3	3	3				
33	66	19	14	14	19	67	30	19	18	3	3	3	3	3				
34	67	18	15	14	20	61	26	18	17	3	3	3	3	3				
35	67	18	15	14	20	64	28	18	18	3	3	3	3	3				
36	63	19	14	14	16	58	25	17	16	3	3	3	3	3				
37	62	19	12	14	17	65	25	20	20	3	3	3	3	3				
38	70	20	15	15	20	59	24	17	18	3	3	3	3	3				
39	61	17	13	14	17	57	20	17	20	3	3	2	3	3				
40	59	18	12	13	16	65	25	20	20	3	3	3	3	3				
41	65	19	13	13	20	54	22	16	16	3	3	3	3	3				
42	60	16	13	13	18	57	22	18	17	3	3	3	3	3				
43	58	16	13	12	17	57	22	18	17	3	3	3	3	3				
44	63	17	15	14	17	65	25	20	20	3	3	3	3	3				
45	62	17	14	15	16	58	22	18	18	3	3	3	3	3				
46	70	20	15	15	20	65	25	20	20	3	3	3	3	3				
47	63	18	13	14	18	59	22	18	19	3	3	3	3	3				
48	66	18	14	15	19	61	24	19	18	3	3	3	3	3				
49	66	18	15	13	20	65	25	20	20	3	3	3	3	3				
50	65	18	13	14	20	58	22	18	18	3	3	3	3	3				
51	70	20	15	15	20	52	20	16	16	3	3	2	3	3				
52	65	18	14	14	19	65	25	20	20	3	3	3	3	3				
53	67	20	14	14	19	45	20	10	15	3	2	2	2	3				
54	67	19	15	14	19	65	25	20	20	3	3	3	3	3				
55	67	19	14	14	20	59	24	16	19	3	3	3	3	3				
56	62	19	13	14	16	53	19	17	17	3	3	2	3	3				
57	70	20	15	15	20	65	25	20	20	3	3	3	3	3				
58	66	19	14	15	18	59	22	19	18	3	3	3	3	3				

leo.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

17: Visible: 14 de 14 variables

	V1	D1	D2	D3	D4	V2	D1L	D2L	D3L	V1A	V2A	D1LA	D2LA	D3LA	var	var	var	v
59	63	19	14	12	18	65	25	20	20	3	3	3	3	3				
60	65	19	14	14	18	65	25	20	20	3	3	3	3	3				
61	65	19	15	12	19	57	21	18	18	3	3	2	3	3				
62	70	20	15	15	20	58	22	18	18	3	3	3	3	3				
63	64	19	14	13	18	59	22	17	20	3	3	3	3	3				
64	64	19	14	15	16	65	25	20	20	3	3	3	3	3				
65	70	20	15	15	20	65	25	20	20	3	3	3	3	3				
66	65	17	13	15	20	54	20	17	17	3	3	2	3	3				
67	66	18	15	14	19	58	23	18	17	3	3	3	3	3				
68	70	20	15	15	20	61	24	18	19	3	3	3	3	3				
69	70	20	15	15	20	65	25	20	20	3	3	3	3	3				
70	65	19	14	15	17	59	22	19	18	3	3	3	3	3				
71	65	20	14	13	18	65	25	20	20	3	3	3	3	3				
72	70	20	15	15	20	65	25	20	20	3	3	3	3	3				
73	62	17	14	13	18	57	22	18	17	3	3	3	3	3				
74	67	20	15	14	18	61	24	19	18	3	3	3	3	3				
75																		
76																		
77																		
78																		
79																		
80																		
81																		
82																		
83																		
84																		
85																		
86																		
87																		

Vista de datos Vista de variables

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda



	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	V1	Númérico	8	0	Satisfacción la...	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
2	D1	Númérico	8	0	Condiciones de...	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
3	D2	Númérico	8	0	Recompensa la...	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
4	D3	Númérico	8	0	Toma de decisi...	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
5	D4	Númérico	8	0	Satisfacción en...	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
6	V2	Númérico	8	0	Ventas	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
7	D1L	Númérico	8	0	Gestión de vent...	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
8	D2L	Númérico	8	0	Tipos de ventas	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
9	D3L	Númérico	8	0	Captación de cl...	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
10	V1A	Númérico	5	0	Satisfacción la...	{1, Mala}...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
11	V2A	Númérico	5	0	Ventas	{1, Bajo}...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
12	D1LA	Númérico	5	0	Gestión de vent...	{1, Bajo}...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
13	D2LA	Númérico	5	0	Tipos de ventas	{1, Bajo}...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
14	D3LA	Númérico	5	0	Captación de cl...	{1, Bajo}...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**ESCUELA PROFESIONAL DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS -
MBA**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MORAN REQUENA HUGO SAMUEL, docente de la ESCUELA DE POSGRADO de la escuela profesional de MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis Completa titulada: "Influencia de la satisfacción laboral en las ventas de la microempresa cheese and cheese, Ecuador, 2022.", cuyo autor es GUZMAN ZAPATA LEONARDO FLAVIO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 15.00%, 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 Completa cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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

LIMA, 23 de Julio del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MORAN REQUENA HUGO SAMUEL DNI: 20097173 ORCID: 0000-0002-7077-0911	Firmado electrónicamente por: HMORANR el 08-08- 2023 11:27:43

Código documento Trilce: TRI - 0611392