



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

La rotación del personal afecta las ventas de la empresa Grupo al  
Kosto EIRL – Guadalupe, 2020

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**

**Maestra en Administración de Negocios - MBA**

**AUTORA:**

Deza Mendoza, Kiara Kassandra (**ORCID: 0000-0002-5475-4479**)

**ASESOR:**

Dr. Salinas Gamboa, José German (**ORCID: 0000-0002-8491-0751**)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

TRUJILLO – PERÚ

2021

## DEDICATORIA

A MIS PADRES: Octavio y Marlene  
Mi amor y gratitud para ellos, por creer en mí y por su apoyo constante en todo momento.

A MI ESPOSO E HIJA: Víctor y Gianna, quienes son el motivo para sobresalir frente a las adversidades y poder luchar por nuestros sueños como familia.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mis docentes por brindarme su apoyo durante todo el desarrollo de mi tesis y a la empresa por permitirme realizar mi investigación y a todos sus colaboradores.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	I
DEDICATORIA .....	II
AGRADECIMIENTO .....	III
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	IV
ÍNDICE DE TABLAS .....	V
RESUMEN .....	VI
ABSTRACT.....	vii
I.INTRODUCCIÓN.....	1
II.MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	11
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	11
3.2. Variables y operacionalización.....	12
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis .....	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	13
3.5. Procedimientos .....	14
3.6. Método de análisis de datos .....	14
3.7. Aspectos éticos.....	14
IV. RESULTADOS .....	15
V. DISCUSIÓN .....	28
VI. CONCLUSIONES .....	31
VII. RECOMENDACIONES.....	32
REFERENCIAS.....	33
ANEXOS.....	36

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>La empresa proporciona la ropa y el equipo de seguridad necesarios</i> .....	15
Tabla 2. <i>El cargo que desempeño ,está bien remunerado</i> .....	15
Tabla 3. <i>El tiempo otorgado para alimentarnos es muy corto</i> .....	16
Tabla 4. <i>Cuando hago bien mi trabajo, recibo un incentivo</i> .....	16
Tabla 5. <i>El ambiente de trabajo, hará que me retire de esta empresa</i> .....	17
Tabla 6. <i>Mi horario de trabajo, limita mis relaciones familiares</i> .....	17
Tabla 7. <i>Me encuentro satisfecho con el desempeño de mi trabajo</i> .....	18
Tabla 8. <i>Las condiciones laborales me permiten seguir estudiando</i> .....	18
Tabla 9. <i>Siento que hay armonía entre mi familia y mi trabajo</i> .....	19
Tabla 10. <i>La empresa me brinda apoyo educativo para mí y mi familia</i> .....	19
Tabla 11. <i>Asiduamente se realizan análisis y estrategias de precios</i> .....	20
Tabla 12. <i>Continuamente se realizan estrategias de descuentos</i> .....	20
Tabla 13. <i>Constantemente se realizan estrategias de planes de pago a crédito</i> .....	21
Tabla 14. <i>En la estrategia de precios se consideran los costos, la competencia y las líneas de Producto</i> .....	21
Tabla 15. <i>La fijación de precios se orienta hacia el cliente</i> .....	22
Tabla 16. <i>Al fijar el precio, se considera al mercado y a la demanda</i> .....	22
Tabla 17. <i>El colaborador se relaciona eficientemente con el cliente</i> .....	23
Tabla 18. <i>La empresa realiza seguimiento de posventa al cliente</i> .....	23
Tabla 19. <i>La empresa continuamente mide la satisfacción de los clientes</i> .....	24
Tabla 20. <i>La empresa analiza las causas de insatisfacción de los clientes</i> ....	24
Tabla 21. <i>Se cuenta con una cartera de clientes actualizada</i> .....	25
Tabla 22: <i>Se premia la lealtad de los clientes que nos visitan en forma continua</i> .....	25
Tabla 23. <i>Relación existente entre la rotación de personal y las ventas de la empresa Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe, 2020</i> .....	26
Tabla 24. <i>Prueba Chi-cuadrado que relaciona la rotación de personal y las ventas de la empresa Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe, 2020</i> .....	27

## RESUMEN

Este trabajo tuvo como objetivo general determinar en qué medida se relaciona la rotación del personal con las ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020.

La investigación realizado fue de tipo Cuantitativo y aplicado; de diseño no experimental, transversal y correlacional causal; se trabajó con una población y muestra de ocho colaboradores que trabajan en la empresa; la técnica utilizada fue la encuesta, como instrumento se utilizó el cuestionario; y, como método de análisis se usó el estadístico descriptivo.

Los resultados hallados fueron la inexistencia de una relación directa entre rotación de personal y ventas en la empresa, pues en la Prueba Chi-cuadrado, se obtuvo un nivel de significancia de 0.465, mucho mayor a 0.05; por tanto, hay una probabilidad muy baja (0.535) de que la hipótesis sugerida sea verdadera; es decir, se determinó que la rotación de personal no afecta a las ventas de la empresa. Se concluye que el comportamiento de los factores internos en la rotación de personal de la firma, son aceptables; no es así con los factores personales ni con los factores externos; mientras que el comportamiento del precio y del cliente en las ventas de la firma es el ideal.

**Palabras Clave:** Rotación de personal, ventas, influencia.

## **ABSTRACT**

The general objective of this work was to determine to what extent the staff turnover is related to the sales of the Grupo al Kosto EIRL - Guadalupe 2020 firm.

The research carried out was quantitative and applied; non-experimental, cross-sectional and causal correlational design; we worked with a population and sample of eight collaborators who work in the company; The technique used was the survey, the questionnaire was used as an instrument; and, as a method of analysis, the descriptive statistic was used.

The results found were the non-existence of a direct relationship between staff turnover and sales in the company, since in the Chi-square test, a significance level of 0.465 was obtained, much higher than 0.05; this indicates that there is a very low probability (0.535) that the suggested hypothesis is true; therefore, it was determined that staff turnover does not affect the company's sales. It is concluded that the behavior of the internal factors in the turnover of the firm's personnel are acceptable; not so with personal factors or external factors; while the behavior of the price and the client in the firm's sales is ideal.

**Keywords:** Staff turnover, sales, influence.

## I. INTRODUCCIÓN

En el mundo empresarial, existen situaciones laborales que implican muchas posibilidades para las personas que se mantienen en continuo desplazamiento en diferentes organizaciones, siendo indiscutible la cantidad de sujetos que ingresan en las empresas buscando crecimiento profesional y personal, además de los beneficios que éstas puedan ofrecerles; no obstante, se presentan contratiempos dentro de las mismas quizás por el nivel de preparación profesional que tengan los empleados o por el clima laboral que ésta tiene.

Se deduce, entonces, que la rotación de personal en una empresa se suscita debido tanto a factores internos como foráneos; entre los foráneos se hallan la situación económica, la política, nuevas leyes y las ofertas laborales del mercado; en cambio, los factores internos son mucho más comunes, como la remuneración salarial, las condiciones físicas del área donde se desenvuelve el colaborador, la carga laboral, los horarios, el clima organizacional y los yerros en el proceso de incorporación y selección de personal, entre otros. Por otro lado, los integrantes de la organización se ven inmersos en el problema, ya que su crecimiento profesional y la continuidad de sus actividades no siempre es la correcta, porque se encuentran realizando variadas labores, abandonando sus tareas por hacer otras, con la esperanza de ocurra un nuevo ingreso.

Igualmente, la rotación del personal genera coste en las organizaciones, porque a los nuevos colaboradores se les debe capacitar e inducir; según la encuesta de Bumeran aplicado a las empresas de Argentina, Brasil, Colombia, Chile, México, Perú y Venezuela los resultados afirman que, en el instante que un colaborador tiene la posibilidad de ir a un nuevo empleo por un mayor sueldo o tendría un crecimiento profesional, el cambio de trabajo se daría de inmediato en un 60.87%, mientras que 29.35% no está satisfecho con el salario que reciben Reyes ( 2007). La inducción es la base para que el colaborador conozca, entienda, y comprenda el contexto de la empresa; actualmente, un gran error es captar al colaborador, inducirle en forma muy somera sobre la empresa para que, rápidamente, se desempeñe en el puesto requerido, dejando de lado la inducción propiamente dicha, por la urgencia que tienen; esto puede dificultar el éxito y



productividad del colaborador, debido a que no se cerró el ciclo de inducción; puesto que, no se podría saber si la enseñanza fue significativa y trascendente sobre la empresa; para esto el supervisor o jefe directo le debe realizar una inducción total de manera efectiva y más adelante -quincena, mes, trimestre- evaluarlo para verificar si comprendió de manera eficiente; si no es así, se realiza una retroalimentación para mejorar su rendimiento, de lo contrario, el colaborador dejaría el cargo generando una nueva vacante que cubrir, lo cual implicaría tiempo y dinero al volver a reclutar personal Godinez (2015).

En los últimos tiempos, el Perú ha estado en la lista de países con superior índice de rotación laboral en toda Latinoamérica. Cuenta con un promedio de 20%, lo que estaría por arriba del promedio de la región (10.9%); según PwC., los colaboradores jóvenes quieren hacerse cargo de nuevos retos, sin quedarse por varios años en una organización y en un mismo cargo, sobre todo si los incentivan con un salario superior, un agradable ambiente laboral, reconocimientos adicionales, entre otros Rose (2020). La rotación de personal en las compañías, el 63 % de los encuestados señaló que fueron por obtener mayor oportunidad profesional más un incremento salarial, en cambio el 50 % busca oportunidades laborales y un mejor cargo, el 26 % por la baja posibilidad de crecimiento y el 15 % por un incorrecto trato con el jefe o supervisor directo, respecto a la magnitud de la organización donde trabajan el 47 % es mediana, el 36 % es grande y el 18 % es pequeña. Phutura Ejecutivo (2018).

En la empresa Grupo al Kosto, existe un gran problema de rotación de personal, lo que está afectando las ventas, clima laboral, personal y sobre todo a la empresa, porque cuando un colaborador no llega a trabajar, se sobrecarga la labor a otros colaboradores lo cual es muy complicado en este rubro ferretero, porque deben de atender, asesorar y despachar de manera rápida, sino el cliente se puede retirar de las instalaciones insatisfecho por el mal servicio, dirigiéndose a comprar a la competencia. Las obligaciones y labores que tienen los colaboradores le impiden obtener una inducción o capacitación acerca de la empresa, es por eso que no se identifican o comprometen con la empresa, sólo trabajan para recibir una remuneración salarial; y, en muchas ocasiones se retiran sin avisar ni cobrar por

los días laborados, esto perjudica sobremanera a la empresa, porque pierde recursos al volver a solicitar nuevo personal.

Por lo explicado antes, se propuso el problema general siguiente: ¿En qué medida la rotación de personal se relaciona con el nivel de ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020?; los problemas específicos que se plantearon fueron los siguientes: 1. ¿Cuál es el comportamiento de los factores internos en la rotación de personal de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020?; 2. ¿Qué comportamiento tienen los factores personales en la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020?; 3. ¿Cuál es el comportamiento de los factores externos en la rotación de personal y las ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020?; 4. ¿Cuál es el comportamiento del precio en las ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020?; y, 5. ¿Cuál es el comportamiento del cliente en las ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020? Así mismo, se planteó el siguiente objetivo general: Determinar en qué medida se relaciona la rotación del personal con las ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020; igualmente, se plantearon, los objetivos específicos siguientes: 1. Describir el comportamiento de los factores internos en la rotación de personal de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020; 2. Describir el comportamiento de los factores personales en la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020; 3. Describir el comportamiento de los factores externos en la rotación de personal y las ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020; 4. Describir el comportamiento del precio en las ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020; y, 5. Describir el comportamiento del cliente en las ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020. Para resolver el problema de investigación se planteó la siguiente hipótesis general: La rotación del personal se relaciona negativamente con las ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020; las hipótesis específicas planteadas fueron las siguientes: 1. El comportamiento de los factores internos en la rotación de personal de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020, es negativo; 2. El comportamiento de los factores personales en la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020, es perjudicial; 3. El comportamiento de los factores externos en la rotación de personal de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020, es nocivo; 4. El comportamiento del precio en las ventas de la

firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020, es dañino; y, 5. El comportamiento del cliente en las ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020, es pernicioso.

Esta tesis se justifica teóricamente, porque permitió indagar las condiciones técnicas y ambientales, así como de limpieza y seguridad en las labores, mediante la combinación de las ciencias sociales, la salud y la conducta de las personas, lo cual permitió establecer si la rotación del personal afecta a las ventas de la empresa Grupo al Kosto EIRL. Del mismo modo, se justifica en la práctica, porque se realiza para proponer una solución al inconveniente observado en la empresa, el cual se evidencia claramente en el estado anímico de los colaboradores que buscan otra colocación, permitiendo que otras empresas del medio consideren dicho criterio y busquen alternativas que les permita solucionar su problema; y, por último, se justifica socialmente, porque constituye una invaluable contribución al sector empresarial de la ciudad de Guadalupe, ya que, a través del manejo de este inconveniente, disminuirá la rotación de personal, lo cual repercutirá en la eficacia del servicio que se suministra y en el impacto económico del presupuesto, tanto de las empresas como de los colaboradores.

## II.MARCO TEÓRICO

Analizando los antecedentes, a nivel internacional observamos que se han realizado diversidad de investigaciones respecto a la rotación de personal; por ejemplo, en el estudio denominado “Factores que Influyen en la Rotación de Personal en el área comercial de las tiendas de ropa Tennis”; asumió como objetivo principal distinguir los factores influyentes de la rotación de personal en el área comercial de estas tiendas. Para desarrollar este estudio se usó la observación y un interrogatorio donde se determinó temas relacionados con el descontento laboral, ambiente organizacional, estimulación o complacencia laboral; esta encuesta fue aplicada a 50 promotores de las tiendas de ropa. Sus resultados fueron que existe un nivel de satisfacción del 58% con respecto al sueldo que reciben y el 56% menciona que con aquel salario apenas logran solventar algunas cosas y que para cubrir todas sus necesidades no alcanza Castañeda (2019).

Para la indagación “Análisis de las causas de la rotación de personal en el área Comercial de una Gran Superficie”, la rotación de personal es un asunto importante, debido al impacto económico que genera en el departamento de RR. HH. y en toda la organización. Por tal motivo, el objetivo de esta indagación radicó en determinar el origen de la rotación de personal en el departamento mercantil de Tiendas Falabella S.A. de Ibagué, Tolima. En principio, se realizó un estudio del lenguaje; luego, se planteó un modelo para categorizar la causa de la rotación de personal; posteriormente, se efectuó una conversación con un grupo de extrabajadores; y, por último, se examinó la indagación. La conclusión fue que, la rotación de personal en el conjunto de sujetos desligados del área mencionada de esta tienda, se debe a una mezcla de razones afines con la cultura organizacional, las políticas organizacionales y la estimulación Cubillos (2017).

Ugoani (2016), en su artículo científico tuvo como propósito determinar las dificultades que la rotación de personal ocasionaba en la producción de los pequeños negocios en Nigeria, así como dar posibles soluciones para mejorar la situación; en la investigación encuestó, vía un cuestionario, a una muestra de 320 individuos; al analizar los resultados, utilizando la estadística como herramienta,

concluyó que la rotación de personal posee efectos negativos en la productividad de los pequeños negocios de Nigeria.

En nuestro país, Varias y Ramos (2019) en su tesis “El control del comportamiento de la fuerza de ventas y su relación en la intención de rotación de personal de seguros la positiva – región norte 2017”, analizan el comportamiento del vendedor y su correlación con el propósito de rotación del personal en la empresa aseguradora La Positiva región norte (Chiclayo, Piura y Cajamarca); el examen tiene una ubicación cuantitativa correlacional y se ha considerado a los asesores de seguros de estas oficinas, quienes son un total de 45 colaboradores; aplicaron un interrogatorio anticipadamente analizado y aprobado a través del Alpha de Cronbach; plantearon como suposición que el control de la conducta de la fuerza de ventas tiene correlación con el propósito de rotación de personal; los efectos obtenidos admiten la hipótesis general diseñada (0.760) y revelaron la relación entre las dos variables; también revelaron que el propósito de rotación se correlaciona intensamente con la dimensión actitud (0.816) y comportamiento estratégico (0.655); mientras que, con la extensión de estimulación, si bien el efecto de correlación es bajo (0.265), existe una minúscula significancia.

La investigación denominada “Relación de la satisfacción laboral y la rotación de personal de ventas de la distribuidora de productos de consumo masivo DIZOE S.A.C. de la ciudad de Trujillo año 2017”, tuvo por objeto establecer la correlación entre la satisfacción laboral y la rotación de personal de ventas de esta empresa; la tesis fue de esbozo no experimental de tipo correlacional – transversal; para la cogida de indagación de las variables de estudio, se trazó y usó dos interrogatorios dirigidos al personal de ventas; para el procesamiento estadístico de datos cuantitativos se empleó el software SPSS v20. La población se conformó por 20 vendedores; y, por ser un número pequeño, no se requirió fórmula; se utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia. Como primordial efecto se halló el coeficiente de 0,394, mostrando la existencia de una correlación positiva baja. Siendo el valor de “P” igual a 0,086 y habiéndose empleado un nivel de significancia del 0.01, se aceptó la hipótesis alternativa “Existe relación positiva entre la satisfacción laboral y la rotación de personal de ventas de la distribuidora de

productos de consumo masivo DIZOE S.A.C. de la ciudad de Trujillo” y se rechazó la hipótesis nula ,Juárez (2019).

En la tesis denominada “Rotación del personal y su influencia en el cumplimiento de ventas en el distribuidor autorizado de Claro Telecomunicaciones MELANNIE EIRL, Cusco, periodo 2015 – 2017”, se observa como objetivo examinar el índice de rotación del personal y el cumplimiento de ventas en la mencionada compañía; la metodología usada es la no experimental de corte longitudinal, de tendencia y naturaleza descriptiva – correlacional, debido a que la información se obtuvo de los años 2015, 2016 y 2017 estableciéndose las relaciones entre las variables examinadas. El estudio tuvo como población-muestra las 40 personas que rotaron durante los periodos mencionados; la herramienta de recolección de datos, fue la ficha técnica de los vendedores de la empresa. Los resultados revelan que el cumplimiento de las ventas prepago siempre ha crecido poco a poco en base a lo planificado; del mismo modo, el cumplimiento de ventas pospago también ha tenido un crecimiento para los años 2015 y 2017, excepto el año 2016, ya que únicamente alcanzó un 45.21%, porcentaje mínimo que no llegó ni al 50% de lo planificado; igualmente, los resultados arrojaron que, una de las razones de la separación es el renuncia voluntaria a sus labores por parte del personal de ventas. Así mismo, en el análisis de correlación se encontró que el índice de rotación del personal está influyendo de algún modo en el desempeño de las ventas tanto, en prepago como en pospago, Castillo (2018).

Respecto a la teoría indagada, se puede mencionar que la Rotación de Personal corresponde a la variación de colaboradores existentes en la institución y su ambiente; y se determina por el volumen de individuos que entran y emigran de la organización. La indecisión de los trabajadores se manifiesta mediante el vínculo porcentual entre las entradas y salida de colaboradores que permanecen un tiempo en la organización ,Chiavenato (2001). En cuanto al Impacto de la rotación del personal, se puede decir que ésta afecta negativamente a la empresa, puesto que le genera gastos en la incorporación y en la inducción de la persona que cubra la nueva vacante, buscando que éste pueda alcanzar el desempeño óptimo deseado Ramírez (2016).

Referente a las causas de la rotación del personal; éstas se dividen en tres factores: 1. Factor interno de la empresa, como el proceso de selección, las condiciones profesionales, las retribuciones, la gratitud, el clima profesional, las congruencias de desarrollo competitivo, el aprendizaje, el rol del líder de tienda, el rol del supervisor de tienda, los problemas en las ventas y el lugar de la tienda; 2. Factores personal, como los estudios o los problemas familiares y los aspectos socio demográficos; y, 3. Factor externo, como las congruencias de ocupación y los favores económicos o laborales que ofrecen otras sociedades ,Salazar ( 2016).

Chiavenato (2007) opina que la medición de la rotación del personal se realiza con la fórmula siguiente:

$$IRP = \frac{(I - S)}{PE/2} \times 100$$

Donde:

I = Entradas de los colaboradores en el periodo considerado.

S = Alejamientos de los colaboradores, tanto por iniciativa de la empresarial, como por iniciativa propia, realizadas en el lapso estimado.

PE= Promedio de los colaboradores en el lapso estimado, se logra con la suma de valores existentes al inicio y al final del periodo, dividida entre dos.

Referente al concepto de ventas, éste ha cambiado durante el tiempo transcurrido; al respecto, Ucha (2015) concibe a las ventas como la base de la gestión empresarial, esto dependerá del impulso que tengan las empresas para alcanzar su éxito o rendirse al fracaso; igualmente, no se debe esperar realizar una venta para contactarse con el cliente, al contrario, el contacto debe hacerse desde la preventa, esto determinará el aumento de las ventas en la compañía; por tanto, la gestión de ventas es muy importante, tanto al inicio del negocio como cuando ya se está en proceso, lo cual permite a la empresa incrementar sus ventas; así mismo, los factores principales de éstas son el precio, que es el valor de cambio del producto, descrito por el beneficio que se requiere y la satisfacción del adquirente nacida de la adquisición y el uso o gasto del producto; y, los clientes que vienen a

ser la razón de la empresa, ya que por ellos es que la empresa obtiene la rentabilidad que requiere. Así mismo, Núñez, Parra, & Villegas (2011) señalan que la gestión de ventas en la empresa es importante cuando interactúa con los clientes; esto impactará en su desempeño organizacional. En definitiva, la gestión de las ventas debe realizarse cotidianamente para cumplir con los propósitos ideados por la empresa; esta gestión considera el cumplimiento de ventas, el cual significa que todas las empresas indistintas al tamaño o rubro, precisan bien sus metas y administran sus esfuerzos a través del progreso de una serie de estrategias efectivas que garanticen los resultados a futuro ,Gómez & Rubio (2010). Para determinar este cumplimiento, Chacón (2015) ha propuesto una formula sencilla que, al fijar un valor como meta, éste debe cotejarse con los resultados obtenidos; para tal efecto, se utiliza la siguiente formula:

$$\% \text{ Cumplimiento} = \frac{\text{Total ventas}}{\text{Presupuesto ventas}} \times 100$$

Y, para que la empresa cumpla con sus metas, debe edificar una eficaz fuerza de ventas; la cual viene a ser el conjunto de vendedores de la empresa que la vincula con los clientes reales y potenciales que, solícito atiende al cliente para asesorarlo, atender y resolver sus quejas, absorber sus dudas, conocer si está satisfecho con el producto. Para Estévez (2008), la fuerza de ventas es un equipo que juega un papel preponderante en las decisiones del mercado, por tanto, es necesario que conozca bien los productos que vende, incluyendo las especificaciones técnicas del mismo; además, debe estar bien organizada en cuanto al tamaño del equipo, tareas y actividades a realizar, accediendo que la empresa supervise y evalúe en función del logro de las metas establecidas. Existen diversas causas que alteran el cumplimiento de las ventas por parte de la fuerza de ventas, entre ellas se encuentran, según Marting (2014), los siguientes: 1. La zona geográfica; 2. El aumento de los precios; y, 3. La oferta 4. No conoce las metas; 5. No tiene una estrategia; 6. No tiene planes de acción; 7. Las metas carecen de sentido; y, 8. No llegar a la meta, es gratis.



El marco conceptual se refiere a los siguientes términos: 1. Cartera de clientes, es el directorio de los actuales y eventuales clientes, tiene los subsiguientes objetivos: Atajar al mayor conjunto posible de clientes leales, Aumentar la eficacia de los trabajos propuestos al fortalecimiento de los vínculos y estar al tanto de cuáles son las escaseces de los beneficiarios. (Zendesk, 2020); 2. Cumplimiento de ventas. Resultado originado por ventas realizadas de un determinado producto, cumpliendo metas en un tiempo establecido; 3. Fuerza de ventas. Son los recursos, humanos y materiales que dispone una empresa para comercializar sus productos (rockcontent, 2019); 4. Rotación de personal. Evolución por el cual una sociedad sustituye a uno o varios empleados. Movimientos de entrada y salida de colaboradores que no ocurren a causa de salidas naturales como retiro o defunción (Coll, 2020); y. 5. Ventas. Son todas las acciones realizadas para proveer a un cliente o empresa de un producto a cambio de dinero (Ríos, 2019).

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

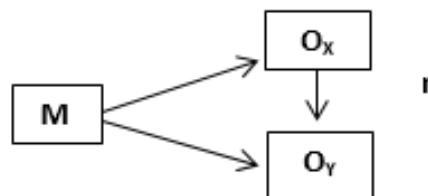
Tipo.

La investigación es de tipo cuantitativo y aplicado; cuantitativo, porque mide los hechos o fenómenos ocurridos en la empresa y aplicado porque se utilizaron los conocimientos en beneficio de la empresa Grupo Al Kosto.

Diseño.

El diseño es no experimental – transversal – explicativa o correlacional causal. Es no experimental, porque se aplicó la investigación a los colaboradores de la empresa Grupo Al Kosto sin manipular las variables en estudio; es transversal, porque la indagación se realizó en un momento determinado y es explicativa o correlacional causal, porque estableció la correlación causa-efecto existente entre las dos variables en estudio Hernández (2010).

Su diagrama es:



Donde:

M = Muestra en la que se efectúa la investigación.

O<sub>x</sub> = Observación de la Rotación del personal.

r = Relación existente.

O<sub>y</sub> = Observación de las Ventas.

### 3.2. Variables y operacionalización

Variable independiente: Rotación del personal.

Definición conceptual.

Reemplazo de uno o varios empleados en la empresa. Ingreso y salida de trabajadores que no se deben a procesos de jubilación o fallecimiento (Coll, 2020).

Definición operacional.

Evaluar la gestión del personal, para encontrar el motivo de su transición.

Indicadores.

- Factores internos: Condiciones laborales, retribuciones y reconocimiento.
- Factores personales: Estudios, problemas familiares, aspectos socio demográficos.
- Factores externos: Oportunidades de empleo, beneficios económicos y beneficios laborales.

Escala de medición.

Ordinal.

Variable dependiente: Ventas.

Definición conceptual.

Acciones realizadas para proveer a un cliente o empresa de un producto a cambio de dinero (Ríos, 2019).

Definición operacional.

Evaluar el proceso de ventas en cuanto a su eficiencia y eficacia que demuestren si existe o no rentabilidad en la empresa.

Indicadores.

Precio: Equidad y Equilibrio.

Clientes: Atención y Captación.

Escala de medición.

Ordinal.

Matriz de operacionalización de variables.

Se encuentra elaborada en el **anexo N° 01**.

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

Población y muestra.

Conjunto de elementos que posee características comunes, la cual es estudiada y origina los datos de la indagación. (Universo Fórmulas, 2019).

Para este estudio, la población, así como la muestra están constituidas por los 8 colaboradores que trabajan en la empresa Grupo Al Kosto EIRL.

Muestreo.

El muestreo será no probabilístico por conveniencia, toda vez que la población es pequeña.

Unidad de análisis.

Es la empresa Grupo Al Kosto EIRL del distrito de Guadalupe, Provincia de Pacasmayo, Región La Libertad

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Técnica.

Existen distintas formas de agenciarse de la información; algunas de ellas son el análisis documental, la encuesta, la observación directa, el análisis de contenido, etc. SaberMetodología (2016). En este estudio se usó como técnica la encuesta, con lo cual se piensa conseguir la información necesaria que me permita analizar la situación real de cómo se desenvuelven los empleados de la empresa Grupo Al Kosto EIRL del distrito de Guadalupe.

Instrumento.

Los Instrumentos de recolección de datos vienen a ser un recurso utilizado por el investigador para registrar la información sobre las variables que está considerando (Hernández, Fernández & Baptista, 2010). En esta investigación

se utilizó como instrumento el cuestionario, el cual se aplicó a los colaboradores de la empresa Grupo Al Kosto EIRL. (Ver anexo 2)

### **3.5. Procedimientos**

La recolección de datos se realizó luego de haber obtenido el informe de Juicio de Experto realizado a los instrumentos que vamos a estudiar; y, luego de obtener el protocolo de consentimiento para realizar las encuestas.

### **3.6. Método de análisis de datos**

Una vez obtenidos los datos, se tabularon y se procesaron a través del programa Excel, lo cual permitirá obtener la información objetiva y ordenada de las dos variables estudiadas; en esta indagación, los datos se obtuvieron de modo numérico y, para analizarlo, se utilizó el método estadístico descriptivo con distribución de frecuencias; los resultados de las encuestas se representarán en tablas y gráficos tipo pastel; luego, considerando que el objetivo es determinar la relación que existe entre las variables, la parte inferencial se realizará utilizando el coeficiente Chi cuadrado de Pearson, que nos dice que, para que haya correlación entre las variables, el  $X^2$  calculado debe ser menor o igual al  $X^2$  de la tabla.

### **3.7. Aspectos éticos**

Ojeda, Quintero & Machado (2007), opinan que la ética investigada contiene un saber que induce a reflexionar sobre el bien y el mal; el define una actitud como buena y habla de virtud o concede como atropello del bien, una idea ética mal practicada. Considerando lo anteriormente mencionado, los datos obtenidos serán veraces, se recaudo de primera mano y ninguno de ellos será manipulado; así mismo, se respetará la privacidad de cada encuestado, se utilizó las reglas APA y las normas de la Universidad César Vallejo.

#### IV. RESULTADOS

Respecto al objetivo específico 1. Identificar las características que tiene la rotación de personal en la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020; se han hallado los siguientes resultados:

Tabla 1. La empresa proporciona la ropa y el equipo de seguridad necesarios

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	0	0%
Casi siempre	0	0%
Siempre	8	100%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario para medir la rotación de personal aplicado al personal de Grupo al Kosto EIR, Guadalupe 2020.

#### Interpretación.

En la tabla anterior observamos que el 100% de colaboradores considera que la empresa proporciona la ropa y el equipo de seguridad necesarios.

Tabla 2. El cargo que desempeño, está bien remunerado

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
Nunca	0	0%
Casi nunca	3	37%
A veces	3	37%
Casi siempre	1	13%
Siempre	1	13%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario para medir la rotación de personal aplicado al personal de Grupo al Kosto EIR, Guadalupe 2020.

#### Interpretación.

En esta tabla observamos que el 74% de los encuestados opinan que casi nunca el cargo que desempeña, está bien remunerado.

Tabla 3. El tiempo otorgado para alimentarnos es muy corto

<b>INSTRUCCIONES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Nunca	0	0%
Casi nunca	2	25%
A veces	2	25%
Casi siempre	1	12%
Siempre	3	38%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario para medir la rotación de personal aplicado al personal de Grupo al Kosto EIR, Guadalupe 2020.

### **Interpretación.**

En la tabla, se observa que el 50% opina que siempre el tiempo otorgado para alimentarse es muy corto.

Tabla 4. Cuando hago bien mi trabajo, recibo un incentivo

<b>INSTRUCCIONES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	0	0%
Casi siempre	4	50%
Siempre	4	50%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario para medir la rotación de personal aplicado al personal de Grupo al Kosto EIR, Guadalupe 2020.

### **Interpretación.**

En la tabla anterior, se observa que el 100% opina que siempre recibe un incentivo al realizar bien su trabajo.

Tabla 5. El ambiente de trabajo, hará que me retire de esta empresa

<b>INSTRUCCIONES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	0	0%
Casi siempre	1	13%
Siempre	7	88%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario para medir la rotación de personal aplicado al personal de Grupo al Kosto EIR, Guadalupe 2020.

### **Interpretación.**

En la tabla anterior, observamos que el 88% expresa que siempre el ambiente de trabajo, hará que se retire de la empresa.

Tabla 6. Mi horario de trabajo, limita mis relaciones familiares

<b>INSTRUCCIONES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Nunca	0	0%
Casi nunca	2	25%
A veces	2	25%
Casi siempre	4	50%
Siempre	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario para medir la rotación de personal aplicado al personal de Grupo al Kosto EIR, Guadalupe 2020.

### **Interpretación.**

En la tabla anterior, se observa que el 50% expresa que casi siempre el horario de trabajo, limita sus relaciones familiares.



Tabla 7. Me encuentro satisfecho con el desempeño de mi trabajo

<b>INSTRUCCIONES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	0	0%
Casi siempre	0	0%
Siempre	8	100%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario para medir la rotación de personal aplicado al personal de Grupo al Kosto EIR, Guadalupe 2020.

### **Interpretación.**

En la tabla anterior, se observa que el 100% expresa que siempre se encuentra satisfecho con el desempeño de su trabajo.

Tabla 8. Las condiciones laborales me permiten seguir estudiando

<b>INSTRUCCIONES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Nunca	1	13%
Casi nunca	4	50%
A veces	2	25%
Casi siempre	1	12%
Siempre	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario para medir la rotación de personal aplicado al personal de Grupo al Kosto EIR, Guadalupe 2020.

### **Interpretación.**

En la anterior tabla, se observa que el 63% manifiesta que nunca las condiciones laborales le permiten seguir estudiando.

Tabla 9. Siento que hay armonía entre mi familia y mi trabajo

<b>INSTRUCCIONES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	2	25%
Casi siempre	4	50%
Siempre	2	25%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario para medir la rotación de personal aplicado al personal de Grupo al Kosto EIR, Guadalupe 2020.

**Interpretación.**

En la tabla anterior, se observa que el 75% manifiesta que siempre siente que hay armonía entre su familia y su trabajo.

Tabla 10. La empresa me brinda apoyo educativo para mí y mi familia

<b>INSTRUCCIONES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	0	0%
Casi siempre	3	37%
Siempre	5	63%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario para medir la rotación de personal aplicado al personal de Grupo al Kosto EIR, Guadalupe 2020.

**Interpretación.**

En la anterior tabla, se observa que el 100% opina que siempre la empresa le brinda apoyo educativo para él y su familia.

Referente al objetivo específico 2. Describir las características que tienen las ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe, 2020; se obtuvo los siguientes resultados:

Tabla 11. Asiduamente se realizan análisis y estrategias de precios

<b>INSTRUCCIONES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	0	0%
Casi siempre	0	0%
Siempre	8	100%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>0%</b>

**Fuente:** Cuestionario para medir las ventas aplicado al personal de Grupo al Kosto EIR, Guadalupe 2020.

#### **Interpretación.**

En la anterior tabla, se observa que el 100% manifiesta que siempre se realizan análisis y estrategias de precios.

Tabla 12. Continuamente se realizan estrategias de descuentos

<b>INSTRUCCIONES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Nunca	1	12%
Casi nunca	3	38%
A veces	4	50%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario para medir las ventas aplicado al personal de Grupo al Kosto EIR, Guadalupe 2020.

#### **Interpretación.**

En la tabla, se observa que el 50% manifiesta que nunca se realizan estrategias de descuentos.

Tabla 13. Constantemente se realizan estrategias de planes de pago a crédito

<b>INSTRUCCIONES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Nunca	0	0%
Casi nunca	1	12%
A veces	7	88%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario para medir las ventas aplicado al personal de Grupo al Kosto EIR, Guadalupe 2020.

#### **Interpretación.**

En esta tabla, se observa que el 88% manifiesta que casi nunca se realizan estrategias de planes de pago a crédito.

Tabla 14. En la estrategia de precios se consideran los costos, la competencia y las líneas de Producto

<b>INSTRUCCIONES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Nunca	1	13%
Casi nunca	1	12%
A veces	0	0%
Casi siempre	0	0%
Siempre	6	75%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario para medir las ventas aplicado al personal de Grupo al Kosto EIR, Guadalupe 2020.

#### **Interpretación.**

En la tabla 14, se observa que el 75% manifiesta que siempre, en la estrategia de precios, se consideran los costos, la competencia y las líneas de producto.

Tabla 15. La fijación de precios se orienta hacia el cliente

<b>INSTRUCCIONES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Nunca	2	25%
Casi nunca	0	0%
A veces	4	50%
Casi siempre	1	12%
Siempre	1	13%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>87%</b>

**Fuente:** Cuestionario para medir las ventas aplicado al personal de Grupo al Kosto EIR, Guadalupe 2020.

### **Interpretación.**

En la tabla anterior, se observa que el 50% manifiesta que a veces la fijación de precios se orienta hacia el cliente.

Tabla 16. Al fijar el precio, se considera al mercado y a la demanda

<b>INSTRUCCIONES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Nunca	0	0%
Casi nunca	1	12%
A veces	5	64%
Casi siempre	1	12%
Siempre	1	12%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario para medir las ventas aplicado al personal de Grupo al Kosto EIR, Guadalupe 2020.

### **Interpretación.**

En la tabla anterior, se observa que un 76% manifiesta que casi nunca, al fijar el precio, se considera al mercado y a la demanda.

Tabla 17. El colaborador se relaciona eficientemente con el cliente

<b>INSTRUCCIONES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Nunca	1	12%
Casi nunca	2	25%
A veces	2	25%
Casi siempre	1	13%
Siempre	2	25%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario para medir las ventas aplicado al personal de Grupo al Kosto EIR, Guadalupe 2020.

### **Interpretación.**

En la tabla anterior, se observa que el 38% manifiesta que siempre el colaborador se relaciona eficientemente con el cliente.

Tabla 18. La empresa realiza seguimiento de posventa al cliente

<b>INSTRUCCIONES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Nunca	0	0%
Casi nunca	1	12%
A veces	0	0%
Casi siempre	5	63%
Siempre	2	25%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario para medir las ventas aplicado al personal de Grupo al Kosto EIR, Guadalupe 2020.

### **Interpretación.**

En la tabla anterior, se observa que el 88% manifiesta que siempre la empresa realiza seguimiento de posventa al cliente.

Tabla 19. La empresa continuamente mide la satisfacción de los clientes

<b>INSTRUCCIONES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Nunca	1	12%
Casi nunca	2	25%
A veces	0	0%
Casi siempre	3	38%
Siempre	2	25%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario para medir las ventas aplicado al personal de Grupo al Kosto EIR, Guadalupe 2020.

### **Interpretación.**

En la tabla anterior, se observa que el 63% manifiesta que siempre la empresa continuamente mide la satisfacción de los clientes.

Tabla 20. La empresa analiza las causas de insatisfacción de los clientes

<b>INSTRUCCIONES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	0	0%
Casi siempre	0	0%
Siempre	8	100%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario para medir las ventas aplicado al personal de Grupo al Kosto EIR, Guadalupe 2020.

### **Interpretación.**

En la tabla anterior, se observa que el 100% manifiesta que siempre la empresa analiza las causas de insatisfacción de los clientes.

Tabla 21. Se cuenta con una cartera de clientes actualizada

<b>INSTRUCCIONES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	1	12%
Casi siempre	4	50%
Siempre	3	38%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>62%</b>

**Fuente:** Cuestionario para medir las ventas aplicado al personal de Grupo al Kosto EIR, Guadalupe 2020.

### **Interpretación.**

En la tabla 21, se observa que el 88% manifiesta que siempre se cuenta con una cartera de clientes actualizada.

Tabla 22. Se premia la lealtad de los clientes que nos visitan en forma continua

<b>INSTRUCCIONES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Nunca	6	75%
Casi nunca	2	25%
A veces	0	0%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario para medir las ventas aplicado al personal de Grupo al Kosto EIR, Guadalupe 2020.

### **Interpretación.**

En esta tabla, se observa que el 100% expresa que nunca se premia la lealtad de los clientes que nos visitan en forma continua.



En cuanto al objetivo específico 3. Definir la relación existente entre la rotación de personal y las ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe, 2020; se encontraron los siguientes resultados:

Tabla 23.

Relación existente entre la rotación de personal y las ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe, 2020

		Ventas		
		ALTO	BAJO	Total
Rotación de Personal	ELEVADO	2	1	3
	MEDIO	2	3	5
Total		4	4	8

Tabla 24.

Prueba Chi-cuadrado que relaciona la rotación de personal y las ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe, 2020

		Ventas		Total
		ALTO	BAJO	
Rotación de Personal	ELEVADO	1.5	1.5	3
	MEDIO	2.5	2.5	5
Total		4	4	8

$$\begin{aligned}
 X^2 \text{ calculado} &= 0.166666667 + 0.166666667 + 0.166666667 + 0.166666667 \\
 &= 0.533333333 \\
 X^2 \text{ tabla} &= 3.841458821
 \end{aligned}$$

Estadístico	Valor	gl	Significancia	Probabilidad
Chi cuadrado	0.533333	1	0.465	0.535

Según la teoría, si el  $X^2 \text{ calculado} < X^2 \text{ tabla} \Rightarrow$  La hipótesis de **investigación** se acepta; pero, el nivel de significancia es mucho mayor a 0.05, esto nos indica que hay una probabilidad muy baja (0.535) de que la hipótesis sugerida sea verdadera; por tanto, se determina que la rotación de personal y las ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL no se relacionan directamente.

## V. DISCUSIÓN

Como se percibió al efectuar el estudio, para aplicar la encuesta sobre la rotación del personal y las ventas, se elaboraron varias preguntas derivados a los indicadores definidos para las variables, la discusión de resultados acorde a los objetivos trazados se muestra a continuación:

En la investigación, el primer objetivo específico fue Identificar las características que tiene la rotación de personal en la empresa Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020; conforme a la encuesta realizada, se observó que el 38% de colaboradores, manifiesta que el tiempo otorgado para alimentarse siempre es muy corto, el 88% expreso que el ambiente de trabajo, siempre hará que se retire de la empresa, el 50% expresa que casi siempre el horario de trabajo, limita sus relaciones familiares y el 50% opino que casi nunca las condiciones laborales le permiten seguir estudiando; estos datos concuerdan con Castañeda (2019) quien en su tesis “Factores que Influyen en la Rotación de Personal en el área comercial de las tiendas de ropa Tennis”, su propósito principal fue identificar los factores que influyen en la rotación de personal en el área comercial de estas tiendas; siendo sus resultados que existe un nivel de satisfacción del 58% con respecto al sueldo que reciben y el 56% menciona que con aquel salario apenas logran solventar algunas cosas y que para cubrir todas sus necesidades no alcanza; igualmente, coincide con Castillo (2018), quien en su tesis “Rotación del personal y su influencia en el cumplimiento de ventas en el distribuidor autorizado de Claro Telecomunicaciones MELANNIE EIRL, Cusco, periodo 2015 – 2017”, encontró que el índice de rotación del personal está influyendo de algún modo en el desempeño de las ventas tanto, en las ventas de prepago como en pospago, y que una de las razones de la separación de la empresa es la renuncia voluntaria a sus labores por parte del personal de ventas; del mismo modo, armoniza con Cubillos, Reyes y Londoño (2017) cuando en su tesis “Análisis de las causas de la rotación de personal en el área Comercial de una Gran Superficie”, nos dice que rotación de personal es el conjunto de sujetos desligados del área comercial de esta tienda, se debe a una mezcla de razones correlacionadas con la cultura organizacional, las políticas organizacionales y la estimulación; así mismo, corrobora la tesis de Ugoani (2016), cuando en su artículo científico “Rotación de empleados y productividad

entre las pequeñas empresas en Nigeria”, concluye que la rotación de personal posee efectos negativos en la producción de los pequeños negocios de Nigeria; y, concuerda con Juárez y Torraca (2019), cuando en su tesis “Relación de la satisfacción laboral y la rotación de personal de ventas de la distribuidora de productos de consumo masivo DIZOE S.A.C. de la ciudad de Trujillo año 2017”, opinan que existe correlación positiva entre satisfacción laboral y rotación del personal de ventas de la distribuidora en estudio.

Con relación a las ventas de la empresa, relativo al segundo objetivo específico, Ucha (2015) las concibe como la base de la gestión empresarial, que depende del impulso que tengan las empresas para alcanzar su éxito y que la gestión de ventas es muy importante, tanto al inicio del negocio como cuando ya se está en proceso, lo cual permite a la empresa incrementar sus ventas; en este caso, se observa que 100% de los colaboradores manifiesta que siempre se realizan análisis y estrategias de precios, el 50%, opina que a veces se realizan estrategias de descuentos, el 88% opina que a veces se realizan estrategias de planes de pago a crédito, el 12% manifiesta que nunca el colaborador se relaciona eficientemente con el cliente y un 25% expresa que casi nunca lo hace; y, se observa que el 75% expresa que nunca se premia la lealtad de los clientes. Lo hallado en esta investigación discrepa con Núñez, Parra, & Villegas (2011), cuando señalan que la gestión de ventas en la empresa es importante si se interactúa con los clientes, pues esto impactará en su desempeño organizacional; definitivamente, la gestión de las ventas debe realizarse cotidianamente para cumplir con el propósito trazado por la firma; del mismo modo discrepa con Gómez & Rubio (2010), pues ellos opinan que la gestión empresarial debe considerar el cumplimiento de ventas, el cual significa que todas las empresas indistintas al tamaño o rubro, precisan bien sus metas y administran sus esfuerzos a través del progreso de una serie de estrategias efectivas que garanticen los resultados a futuro; y, que para cumplir con sus metas, la empresa debe edificar una eficaz fuerza de ventas; la cual viene a ser el conjunto de vendedores de la empresa que la vincula con los clientes reales y potenciales que, solícito debe atender al cliente para asesorarlo resolver sus quejas, absorber sus dudas, y conocer si está satisfecho con el producto.

En cuanto al tercer objetivo, Definir la relación existente entre la rotación de personal y las ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL, se halló al comprobar la correlación que existe entre la rotación de personal y las ventas en esta firma; para tal efecto, se realizó un análisis de ambas variables utilizando la prueba del Chi cuadrado, cuyos datos se muestran en las tablas 23 y 24, donde se verifica que las variables mencionadas no se relacionan directamente puesto que observamos una significancia de 0.465, lo cual nos sugiere una probabilidad muy baja (0.535) de que la hipótesis sugerida sea verdadera; estos resultados difieren con los resultados hallados por Juárez y Torraca (2019), quienes en su tesis deducen que existe una relación positiva entre satisfacción laboral y rotación del personal de ventas de la distribuidora de productos de consumo masivo estudiada.

Con respecto a la Hipótesis General, se determinó que la rotación de personal afecta directamente a las ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL, es decir si se incrementa la rotación de personal, las ventas necesariamente disminuyen, porque existe una relación indirecta en ambas variables; por tanto, el resultado coincide con estudios realizados por Varias y Ramos (2019), quienes indican que, el control de la conducta de la fuerza de ventas tiene correlación con la intención de rotación de personal de la financiera seguros la positiva – región norte (Chiclayo, Piura y Cajamarca); y, por ende, con la variación de las ventas.

## **VI. CONCLUSIONES**

El comportamiento de los factores internos en la rotación de personal de la firma Grupo al Kosto EIRL, son aceptables, porque cumplen con los requisitos dispuestos por las leyes laborales.

El comportamiento de los factores personales en la empresa, no es tan estimulante, pues las condiciones laborales no son favorables, como el horario de trabajo que limita sus relaciones familiares y nunca les permiten seguir estudiando, así como el tiempo otorgado para alimentarse es muy corto.

El comportamiento de los factores externos en la rotación de personal no es muy favorable para la firma Grupo al Kosto EIRL, puesto que en el mercado existen mejores oportunidades laborales, ya que la competencia otorga mejores remuneraciones.

El comportamiento del precio en las ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL es el ideal, porque se observa la fijación de éste se orienta hacia el cliente, ya que se realizan estrategias de descuentos, se tiene una buena estructura de costos, puesto que se consideran los costos, la competencia y las líneas de Producto, entre otras cosas.

El comportamiento del cliente en las ventas de la firma Grupo al Kosto es lucrativo, porque el colaborador al relacionarse eficientemente con él, hace que se sienta muy satisfecho con el servicio.

## **VII. RECOMENDACIONES**

La firma Grupo al Kosto EIRL, debe mejorar sus factores internos, puesto que, si disminuyeran, la rotación de personal en algún momento se podría incrementar.

Debe mejorar, además, sus factores personales, puesto que últimamente no son tan estimulantes, por cómo las condiciones laborales se están dando, que no son muy favorables para el colaborador.

La firma Grupo al Kosto EIRL debe competir con los factores externos, toda vez que en el mercado existen mejores oportunidades laborales.

La empresa, aunque tiene precios competitivos, debe estar siempre a la vanguardia en cuanto a éstos se refiere, porque tienen mucho que ver en el incremento de las ventas.

Estimular la relación eficiente que tiene el colaborador con el cliente, porque éste último al sentirse satisfecho, será un buen referente del buen trato que dan a la clientela.

.

## REFERENCIAS

- Castañeda, P. (2019). Factores que Influyen en la Rotación de Personal en el área comercial de las tiendas de ropa Tennis. Tesis de título. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universitaria Agustiniana. Bogotá.
- Castillo, E. (2018). Rotación del personal y su influencia en el cumplimiento de ventas en el distribuidor autorizado de Claro Telecomunicaciones MELANNIE EIRL, Cusco, periodo 2015 – 2017. Tesis de título. Universidad Peruana Unión. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/1896>
- Coll, F. (2020). Rotación del personal.  
<https://economipedia.com/definiciones/rotacion-de-personal.html>
- Cubillos, C.; Reyes, M. y Londoño, M. (2017). Análisis de las causas de la rotación de personal en el área Comercial de una Gran Superficie. Artículo de Investigación Vol. 7, Núm. 1 (2917). FACCEA. Universidad de la Amazonía. Colombia.  
<http://www.udla.edu.co/revistas/index.php/faccea/article/view/654/731>
- Chacón, N. (2015). ¿Cómo calculo el Porcentaje de Cumplimiento en Ventas? Gerencia Retail. <https://www.gerenciaretail.com/2015/04/19/como-calculo-un-porcentaje-decumplimiento/>
- Chiavenato, I. (2007). Administración de recursos *humanos*. *El Capital humano de las organizaciones*. Octava edición. McGraw-Hill/Interamericana editores, S.A. de C.V. México.
- Estévez Leiva, F. F. (2008). *Propuesta de un modelo de gestión de ventas para canal masivo de una empresa productora y distribuidora de cecinas*. Universidad de Chile.  
[http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2008/estevez\\_fl/sources/estevez\\_fl.pdf](http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2008/estevez_fl/sources/estevez_fl.pdf)
- Gómez, M. & Rubio, N. (2010). *Estrategia de marketing personal y proyección de ventas aplicadas por las pequeñas agencias publicitarias*. Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales-CICAG, 7(17), 133–151. <http://publicaciones.urbe.edu/index.php/cicag/article/view/366/846>



- Hernández, R.; Fernández, C. & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. 10ª Edición. McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. México.
- Juárez, L. y Torraca, M. (2019). *Relación de la satisfacción laboral y la rotación de personal de ventas de la distribuidora de productos de consumo masivo DIZOE S.A.C. de la ciudad de Trujillo año 2017*. Tesis de título. Universidad Privada del Norte. Trujillo.
- Marting, N. (2014). *Causas de la disminución de las ventas y factores de la retención de clientes en el restaurante Cilantro y Jengibre entre 2009 y 2010 estudio del consumidor mediante investigación de mercados*. Repositorio Institucional. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Pontificia Universidad Javeriana.  
<https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/9264>
- Núñez, D.; Parra, M. y Villegas, F. (2011). *Diseño de un modelo como herramienta para el proceso de gestión de ventas y marketing*. Universidad de Chile.  
[http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2011/ec-nunez\\_g/pdfAmont/ec-nunez\\_g.pdf](http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2011/ec-nunez_g/pdfAmont/ec-nunez_g.pdf)
- Ochoa, C. (2015). *Muestreo probabilístico: muestreo aleatorio simple*. Netquest.  
<https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-probabilistico-muestreo-aleatorio-simple>
- Ojeda, J.; Quintero, J. & Machado, I. (2007). *La ética en la investigación*. TeloS Vol. 9, No. 2 (2007) 345 - 357 (2007). Universidad Privada Dr. Rafael Bellosillo Chacín. Venezuela. <https://www.redalyc.org/pdf/993/99318750010.pdf>
- Ramírez, A. (2016). *Impacto de la rotación de personal en las empresas*. El Tiempo.com. <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/impacto-de-la-rotacion-depersonal-en-las-empresas-46479>
- Reyes-Heróles, C. (2007). *La rotación de personal cuesta caro*.  
<https://expansion.mx/midinerol/2007/6/la-rotacion-de-personal-cuesta-carol>
- Ríos, P. (2019). *¿Qué son las ventas? Guía Práctica*.  
<https://blog.hubspot.es/sales/que-son-las-ventas>

rockcontent (2019). *¿Qué es la fuerza de ventas?*

<https://rockcontent.com/es/blog/fuerza-de-ventas/>

SaberMetodología. (2016). *Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.*

<https://sabermetodologia.wordpress.com/2016/02/15/tecnicas-e-instrumentos-de-recoleccion-de-datos/>

Salazar-Prado, T. (2016). *Identificación de los factores que determinan la alta rotación del personal de ventas en empresas de retail de prendas de vestir: caso tiendas Piero.* Universidad de Lima.

<http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/66413>

Ucha, F. (2015). *Definición de Gestión de Ventas.* Concepto en Definición ABC.

<https://www.definicionabc.com/negocios/gestion-de-ventas.php>

Universo Fórmulas. (2019). *Población Estadística.*

<https://www.universoformulas.com/estadistica/descriptiva/poblacion-estadistica/>

Varias, M. y Ramos, F. (2017). *El control del comportamiento de la fuerza de ventas y su relación en la intención de rotación de personal de seguros la positiva – región norte 2017.* Tesis de Título. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo.

Zendesk (2020). *Qué es una cartera de clientes y cómo hacer un buen manejo de ella para tu empresa.* <https://www.zendesk.com.mx/blog/cartera-de-clientes/>

## ANEXO 1

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos	Escala de medición
<b>Variable Independiente</b>  Rotación de Personal	Reemplazo de uno o varios empleados en la empresa. Ingreso y salida de trabajadores que no se deben a procesos de jubilación o fallecimiento (Coll, 2020).	Evaluar la gestión del personal, para encontrar el motivo de su transición.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Factores internos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Condiciones laborales.</li> <li>Remuneraciones.</li> <li>Reconocimiento.</li> </ul>	Cuestionario	Ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Factores personales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudios.</li> <li>Problemas familiares.</li> <li>Aspectos socio demográficos.</li> </ul>		
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Factores externos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oportunidades de empleo.</li> <li>Beneficios económicos.</li> <li>Beneficios laborales.</li> </ul>		
<b>Variable Dependiente</b>  Ventas	Acciones realizadas para proveer a un cliente o empresa de un producto a cambio de dinero (Ríos, 2019).	Evaluar el proceso de ventas en cuanto a su eficiencia y eficacia que demuestren si existe rentabilidad en la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Precio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equidad.</li> </ul>	Cuestionario	Ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equilibrio.</li> </ul>		
				<ul style="list-style-type: none"> <li>Atención.</li> </ul>		

Fuente: Elaboración Propia.

## ANEXO N° 02

### CUESTIONARIO PARA MEDIR LA ROTACIÓN DE PERSONAL EN LA EMPRESA GRUPO AL KOSTO EIRL

**Instrucciones:** A continuación, se presenta una serie de frases. Lea cada una de ellas cuidadosamente y conteste de acuerdo a la siguiente escala:

Donde:

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

<b>Dimensión: Factores internos.</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>1</b>	La empresa proporciona la ropa y el equipo de seguridad necesarios.					
<b>2</b>	El cargo que desempeño, está bien remunerado.					
<b>3</b>	El tiempo otorgado para alimentarnos es corto.					
<b>4</b>	Cuando hago bien mi trabajo, recibo un incentivo.					
<b>5</b>	El ambiente de trabajo, hará que me retire de esta empresa.					
<b>Dimensión: Factores personales.</b>						
<b>6</b>	Mi horario de trabajo, limita mis relaciones familiares.					
<b>7</b>	Me encuentro satisfecho con el desempeño de mi trabajo.					
<b>8</b>	Las condiciones laborales me permiten seguir estudiando.					
<b>9</b>	Siento que hay armonía entre mi familia y mi trabajo.					
<b>10</b>	La empresa me brinda apoyo educativo para mí y mi familia.					
<b>Dimensión: Factores externos.</b>						
<b>11</b>	Siempre existen propuestas laborales de otras empresas.					
<b>12</b>	Si me sintiera motivado por otra empresa, fácilmente dejaría mi cargo a disposición.					
<b>13</b>	La competencia otorga mejores remuneraciones.					
<b>14</b>	En el mercado existen mejores oportunidades laborales.					
<b>15</b>	En otros lugares, la carga laboral es más liviana.					

**CUESTIONARIO PARA MEDIR LAS VENTAS**  
**EN LA EMPRESA GRUPO AL KOSTO EIRL**

**Instrucciones:** A continuación, se presenta una serie de frases. Lea cada una de ellas cuidadosamente y conteste de acuerdo a la siguiente escala:

Donde:

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

<b>Dimensión: Precio.</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>1</b>	Asiduamente se realizan análisis y estrategias de precios.					
<b>2</b>	Continuamente se realizan estrategias de descuentos.					
<b>3</b>	Constantemente se realizan estrategias de planes de pago a crédito.					
<b>4</b>	En la estrategia de precios se consideran los costos, la competencia y las líneas de producto.					
<b>5</b>	La fijación de precios se orienta hacia el cliente.					
<b>6</b>	Se establece criterios de fijación de precios en relación a los competidores.					
<b>7</b>	Al fijar el precio, se considera al mercado y la demanda.					
<b>Dimensión: Clientes.</b>						
<b>8</b>	El colaborador se relaciona eficientemente con el cliente.					
<b>9</b>	La empresa realiza seguimiento de posventa al cliente.					
<b>10</b>	La empresa continuamente mide la satisfacción de los clientes.					
<b>11</b>	La empresa analiza las causas de insatisfacción de los clientes.					
<b>12</b>	La empresa ha definido el perfil del comprador potencial.					
<b>13</b>	Se cuenta con una cartera de clientes actualizada.					
<b>14</b>	Se premia la lealtad de los clientes que visitan en forma continua.					

**ANEXO N° 03**  
**VALIDEZ DE INSTRUMENTOS**  
**ROTACIÓN DE PERSONAL**

**I. DATOS GENERALES.**

Apellidos y Nombres del experto : OLÓRTIGA CÓNDOR LUCIO WILFREDO  
 Profesión o Especialidad : DR. EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN  
 Institución donde labora : UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO  
 Instrumento motivo de evaluación: CUESTIONARIO PARA MEDIR LA ROTACIÓN DE PERSONAL EN LA EMPRESA GRUPO AL KOSTO EIRL

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN.**

**Deficiente (1)      Aceptable (2)      Bueno (3)      Excelente (4)**

Indicadores	Criterios	1	2	3	4
1. Claridad.	Formulado con lenguaje apropiado.			X	
2. Objetividad.	Se expresa en conductas observables.			X	
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica				X
4. Organización	Existe una organización lógica				X
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar los instrumentos de Investigación				X
7. Consistencia.	Basado en aspectos teóricos y Científicos.			X	
8. Coherencia.	Entre variables e indicadores				X
9. Metodología.	La estrategia responde al propósito del estudio.			X	
10. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación				X

**Guadalupe, 23....de...JUNIO.....de 2021.**

  
**Firma**

## INFORME DE JUICIO DE EXPERTO SOBRE EL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES.

Apellidos y Nombres del experto : NINATANTA ALVA JORGE HUMBERTO

Profesión o Especialidad : ING. DE COMPUTACIÓN Y SISTEMAS

Institución donde labora : UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Instrumento motivo de evaluación: CUESTIONARIO PARA MEDIR LA ROTACIÓN DE PERSONAL EN LA EMPRESA GRUPO AL KOSTO EIRL

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN.

Deficiente (1)

Aceptable (2)

Bueno (3)

Excelente (4)

Indicadores	Criterios	1	2	3	4
1. Claridad.	Formulado con lenguaje apropiado.				X
2. Objetividad.	Se expresa en conductas observables.				X
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica				X
4. Organización	Existe una organización lógica				X
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar los instrumentos de Investigación				X
7. Consistencia.	Basado en aspectos teóricos y Científicos.				X
8. Coherencia.	Entre variables e indicadores			X	
9. Metodología.	La estrategia responde al propósito del estudio.				X
10. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación				X

Guadalupe,....26....de...JUNIO.....de 2021.



Firma

## INFORME DE JUICIO DE EXPERTO SOBRE EL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### III. DATOS GENERALES.

Apellidos y Nombres del experto : GRADOS VASQUEZ MARTIN MANUEL

Profesión o Especialidad : DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

Institución donde labora : UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

Instrumento motivo de evaluación: CUESTIONARIO PARA MEDIR LA ROTACIÓN DE PERSONAL EN LA EMPRESA GRUPO AL KOSTO EIRL

### IV. ASPECTOS DE VALIDACIÓN.

Deficiente (1)

Aceptable (2)

Bueno (3)

Excelente (4)

Indicadores	Criterios	1	2	3	4
1. Claridad.	Formulado con lenguaje apropiado.				X
2. Objetividad.	Se expresa en conductas observables.				X
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica				X
4. Organización	Existe una organización lógica				X
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar los instrumentos de Investigación				X
7. Consistencia.	Basado en aspectos teóricos y Científicos.				X
8. Coherencia.	Entre variables e indicadores				X
9. Metodología.	La estrategia responde al propósito del estudio.				X
10. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación				X

Guadalupe, ...25.....de.....JUNIO.....de 2021.



Firma



## ANEXO N° 04

### ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD

#### INSTRUMENTO: ROTACIÓN DE PERSONAL

Sujetos	Preguntas															Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	4	4	2	4	1	5	5	1	5	1	3	3	2	3	3	46
2	4	4	2	3	2	5	4	2	4	1	2	4	4	3	5	49
3	3	2	2	2	3	5	4	1	2	1	2	2	2	2	4	37
4	1	2	2	1	4	4	3	2	1	1	3	1	1	1	3	30
5	3	3	3	1	3	5	3	1	1	1	2	2	2	2	5	37
6	3	2	2	1	4	4	4	1	1	1	3	1	2	1	4	34
7	3	3	2	1	4	5	4	1	1	1	3	1	2	2	5	38
8	5	4	5	4	3	3	5	2	5	3	5	5	5	3	3	60
<b>Varianzas</b>	1.2	0.8	1	1.6	1	0.5	0.5	0.2	3	0.4	0.9	2	1.5	0.6	0.8	15.922

K = Número de ítems

vi = Varianza independiente

vt = Varianza total

Calculando:

K	59
Σvi	15.922
Vt	82.484

**INTERPRETACIÓN:**

**EL ALFA DE CRONBACH  
ES CONFIABLE YA QUE  
SALIÓ UN PONDERADO  
DE 0.821**

Fórmula:

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[ 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

<b>Sección 1</b>	1.0172
<b>Sección 2</b>	0.807

<b>α</b>	0.821
----------	-------

## ANALISIS DE CONFIABILIDAD

### INSTRUMENTO: VENTAS

Sujetos	Preguntas														Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
1	3	2	1	5	3	5	3	4	1	1	3	4	2	1	38
2	3	3	1	5	3	4	2	4	1	2	3	3	2	1	37
3	2	2	1	4	2	4	3	3	1	2	2	3	2	1	32
4	1	1	1	4	2	4	4	3	1	1	1	2	2	1	28
5	2	2	1	5	3	5	3	5	1	2	2	3	2	2	38
6	1	1	1	4	3	5	3	5	1	1	2	3	1	1	32
7	1	2	1	4	3	5	3	4	1	1	1	4	2	2	34
8	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	18
<b>Varianzas</b>	0.7	0.4	0	1.5	0.5	1.6	0.3	0.6	0	0.2	0.6	0.9	0.2	0.2	7.672

K = Número de ítems

vi = Varianza independiente

vt = Varianza total

Calculando:

K	59
$\Sigma vi$	7.672
Vt	39.109

INTERPRETACIÓN:

**EL ALFA DE CRONBACH  
ES CONFIABLE YA QUE  
SALIÓ UN PONDERADO  
DE 0.818**

Fórmula:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\Sigma vi}{Vt} \right]$$

Sección 1	1.0172
Sección 2	0.804

$\alpha$	0.818
----------	-------

**ANEXO N° 05**  
**BASE DE DATOS**  
**ROTACIÓN DE PERSONAL**

Sujetos	Preguntas															Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	5	2	3	5	5	2	5	1	3	5	5	5	2	5	3	56
2	5	2	4	4	5	4	5	2	4	4	5	5	2	3	5	59
3	5	3	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5	3	3	5	64
4	5	3	2	4	4	3	5	2	3	5	3	5	2	1	4	51
5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5	3	3	5	66
6	5	3	2	5	5	3	5	2	5	5	4	4	3	2	4	57
7	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	3	4	4	65
8	5	2	3	4	5	2	5	2	5	5	5	3	1	3	4	54

**BASE DE DATOS**  
**VENTAS**

Sujetos	Preguntas - Ventas														Total
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	
1	5	2	3	5	5	5	3	5	4	2	5	5	5	1	54
2	5	1	3	1	1	1	5	1	5	1	5	5	5	1	39
3	5	3	2	5	4	2	4	5	5	5	5	5	5	1	55
4	5	3	3	5	3	3	3	4	4	5	5	4	4	1	51
5	5	2	3	2	1	4	2	3	4	4	5	2	3	2	40
6	5	2	3	5	3	5	3	2	2	2	5	3	4	1	44
7	5	3	3	5	3	3	3	3	4	4	5	4	4	2	49
8	5	3	3	5	3	3	3	2	4	4	5	4	4	1	48

**ANEXO N° 06**  
**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

**Título: LA ROTACIÓN DEL PERSONAL AFECTA LAS VENTAS DE LA EMPRESA GRUPO AL KOSTO EIRL – GUADALUPE, 2020**

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p style="text-align: center;"><b><u>PROBLEMA GENERAL</u></b></p> <p>¿En qué medida la rotación de personal se relaciona con el nivel de ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020?</p> <p style="text-align: center;"><b><u>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cuál es el comportamiento de los factores internos en la rotación de personal de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020?</li> <li>2. ¿Qué comportamiento tienen los factores personales en la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020?</li> <li>3. ¿Cuál es el comportamiento de los factores externos en la rotación de personal y las ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020?</li> <li>4. ¿Cuál es el comportamiento del precio en la rotación de personal y las ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020?</li> <li>5. ¿Cuál es el comportamiento del cliente en la rotación de personal y las ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020?</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b><u>OBJETIVO GENERAL</u></b></p> <p>Determinar en qué medida la rotación de personal se relaciona con el nivel de ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020.</p> <p style="text-align: center;"><b><u>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Describir el comportamiento de los factores internos en la rotación de personal de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020.</li> <li>2. Describir el comportamiento de los factores personales en la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020.</li> <li>3. Describir el comportamiento de los factores externos en la rotación de personal y las ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020.</li> <li>4. Describir el comportamiento del precio en la rotación de personal y las ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020.</li> <li>5. Describir el comportamiento del cliente en la rotación de personal y las ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b><u>HIPÓTESIS GENERAL</u></b></p> <p>La rotación del personal se relaciona negativamente con las ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020.</p> <p style="text-align: center;"><b><u>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El comportamiento de los factores internos en la rotación de personal de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020, es negativo.</li> <li>2. El comportamiento de los factores personales en la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020, es perjudicial.</li> <li>3. El comportamiento de los factores externos en la rotación de personal de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020, es nocivo.</li> <li>4. El comportamiento del precio en las ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020, es dañino.</li> <li>5. El comportamiento del cliente en las ventas de la firma Grupo al Kosto EIRL – Guadalupe 2020, es pernicioso.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b><u>VARIABLES</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Independiente.</b></li> <li>Rotación de personal.</li> <li>• <b>Dependiente.</b></li> <li>Ventas.</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b><u>DIMENSIONES</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Factores internos.</li> <li>✓ Factores personales.</li> <li>✓ Factores externos.</li> <li>✓ Precio.</li> <li>✓ Clientes.</li> </ul>	<p><b>TIPO:</b></p> <p>Cuantitativa y aplicada.</p> <p><b>DISEÑO:</b></p> <p>No experimental Transversal. Correlacional causal.</p> <p><b>POBLACIÓN Y MUESTRA:</b></p> <p><b>Población:</b> 08 colaboradores.</p> <p><b>Muestra:</b> 08 colaboradores.</p> <p><b>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:</b></p> <p>Encuestas. Cuestionarios</p> <p><b>MÉTODOS DE ANÁLISIS DE INVESTIGACIÓN:</b></p> <p>Estadístico descriptivo.</p>

**Fuente:** Elaboración Propia