



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

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

**Influencia del Clima Laboral en las Ventas en un Centro
Comercial del Distrito Villa el Salvador, 2021**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Administración de Negocios - MBA

AUTORA:

Pucllas Navarro, Rosa (ORCID: 0000-0003-2535-4836)

ASESOR:

Dr. Granados Maguiño, Mauro Amaru (ORCID: 0000-0002-5668-0557)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gerencias Funcionales

LIMA - PERÚ

2021

Dedicatoria

Dedico este trabajo de investigación a mi padre y a Carmen, fueron personas muy importantes que me motivaron para seguir avanzando en mi camino profesional.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por la fortaleza que me dio para superar los obstáculos en esta etapa de estudio, y a todas las personas que con su paciencia, motivación y enseñanza me impulsaron a culminar la maestría.

Índice de contenidos	
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	8
II. MARCO TEÓRICO	13
III. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	25
3.1 Tipos y diseño de investigación	25
3.2 Variables de estudio	25
3.3. Operacionalización de variable	26
3.4. Población muestra y muestreo	26
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	28
3.6. Procedimiento	32
3.7. Método de análisis de datos	33
3.8. Aspectos éticos	33
IV. RESULTADOS	34
V. DISCUSIÓN	39
VI CONCLUSIONES	49
VII RECOMENDACIONES	50
REFERENCIAS	51
ANEXOS	56

Índice de tabla

Tabla 1 Instrumento de Valoración	20
Tabla 2 Validadores.....	22
Tabla 3 Prueba de Confiabilidad.....	22
Tabla 4 Valores del Alfa de Cronbach	23
Tabla 5 Resumen de Procesamiento de Casos.....	23
Tabla 6 Fiabilidad de la Variable.....	24
Tabla 7 Correlación de Hipótesis General	27
Tabla 8 Correlación Hipótesis Especifica 1.....	28
Tabla 9 Correlación de Hipótesis Específica 2	28
Tabla 10 Correlación Hipótesis Especifica 3.....	29

Resumen

El presente trabajo de investigación titulado “Influencia del clima laboral en las ventas en un centro comercial del distrito Villa el Salvador, 2021”, tuvo como objetivo principal establecer como el clima laboral se relaciona con el nivel de ventas en un centro comercial de Villa el Salvador, en el año 2021, para ello se usó la metodología de enfoque cuantitativo, tipo aplicada, diseño no experimental, nivel correlacional y de corte transversal. Así mismo la técnica que se empleó para el análisis de la investigación fue la encuesta y el instrumento que se utilizó fue el cuestionario, que se mide mediante la escala de Liker, y con 24 preguntas que fueron validados por el juicio de 4 expertos, así mismo se determinó su confiabilidad a través del alfa de Cronbach y se tiene como población muestra a 33 representantes de ventas del centro comercial.

Así mismo se realizó la prueba de correlación de nuestras dos variables clima laboral y ventas y nos dio como resultado 0.690 (69%) esto significa que existe un nivel moderado de correlación entre nuestras dos variables clima laboral y ventas; luego realizamos la prueba entre dos variables trabajo en equipo y ventas y obtuvimos como resultado 0.936 (93.6%) esto significa que existe un excelente nivel de correlación entre nuestras dos variables trabajo en equipo y ventas, también realizamos de las variables liderazgo y ventas y obtuvimos un resultado de 0.950 (95%) esto significa que existe un excelente nivel de correlación entre nuestras dos variables liderazgo y ventas, y por último realizamos la prueba de las variables motivación y ventas y obtuvimos 0.924 (92.4%) esto significa que existe un buen nivel de correlación entre nuestras dos variables motivación y ventas.

Palabras clave: Clima laboral, ventas, trabajo en equipo, liderazgo, motivación.

Abstract

The current research work entitled "Influence of the work environment in the sales of a shopping center in the Villa el Salvador district, 2021" had as its main objective to establish how the work environment is related to the level of sales in a shopping center in Villa el Salvador in the year 2021. For this, the methodology of quantitative approach, applied type, non-experimental design, correlational level and cross-sectional level were used. Similarly, the technique used for the analysis of the research was the survey, and the instrument used was the questionnaire which was measured by the Liker scale. All that and 24 questions were validated by the judgment of 4 experts. Therefore, its reliability was determined through Cronbach alpha, and the sample population is 33 sales representatives of the shopping center.

Correspondingly, the correlation test of our two variables, work environment and sales, was carried out and gave us 0.690 (69%) as a result, this means that there is a good level of correlation between our two variables which are work environment and sales. Then, we carried out the test between two variables, teamwork and sales, and obtained 0.936 (93.6%) as a result, this means that there is an excellent level of correlation between our two variables teamwork and sales. In addition, we carried out the variables leadership and sales and obtained a result of 0.950 (95%) this means that it exists an excellent level of correlation between our two variables leadership and sales. Finally, we carried out the test of two more variables, motivation and sales, and obtained 0.924 (92.4%) this means that there is a good level of correlation between our two variables motivation and sales.

Keywords: Work climate, sales, teamwork, leadership, motivation.

I. INTRODUCCIÓN

En estos tiempos de pandemia mantener un clima laboral favorable es muy importante para todo equipo de trabajo, como consecuencia de la crisis sanitaria que atraviesa nuestro país se ha generado inestabilidad e incertidumbre, por ello las organizaciones deben llevar a cabo cambios en sus estrategias usadas en el ámbito laboral. De acuerdo con un estudio realizado en Latinoamérica por la empresa administradora de capital humano Mandomedio, un 55 % de las personas encuestadas indicaron que durante el periodo de la pandemia en sus empresas había un buen clima laboral. Sin embargo, el 23 % detalló que el ambiente laboral se percibía más tenso y con muy escasa comunicación. (Mandomedio, 2020)

En nuestro país a causa de la inestabilidad económica que se vive a causa de la pandemia de la covid 19, trajo consigo la disminución del poder adquisitivo y con ello la disminución de consumo y un cambio de prioridades de nuestros clientes potenciales. Para evitar esta caída en el nivel de ventas las empresas tuvieron que recurrir a innovar y crear nuevas estrategias de ventas para mitigar los efectos que produce esta crisis en tiempos de pandemia.

Tenemos el concepto de Clima laboral que ha sido debatido largamente por mucho tiempo y por diversos autores, que lo conceptualizaron como: “la cualidad, peculiaridad o atributo de un ambiente laboral que al mismo tiempo es transmitida o advertida por cada miembro de la organización y esto repercute directamente en su comportamiento” (Chiavenato I., 1992).

Para que podamos realizar el desarrollo de una organización de la manera más competente y eficaz, es sumamente necesario mantener un óptimo clima laboral, y este es el resultado de la conducta que demuestra el personal en su establecimiento de trabajo, y está relacionado con las impresiones que tiene sobre las circunstancias que se encuentran dentro de la organización. (Manager, 2018).

En el Perú y el mundo para las empresas pandemia de la COVID-19 nos dejara claramente un antes y un después, y estos se ven con los cambios de hábitos en la realización de las compras por parte de los consumidores, los cuales presentan un aumento del uso de la digitalización en las transacciones comerciales. Si los hábitos de los consumidores cambian a la era digital, las empresas deben transformarse y estar a la par para afrontar los cambios con nuevas estrategias que anteriormente no lo habían

considerado. (García, 2020).

Por ello es crucial que las empresas empleen el actual entorno para hallar clientes nuevos, clientes potenciales y nuevos nichos de mercado en los cuales se deben enfocar. (García, 2020).

Viendo nuestra realidad por el confinamiento a causa de la pandemia nos queda claro que necesitaremos de un cambio estrategia. COVID-19 transformo el sistema de ventas y difícilmente volverán a ser como antes. Esto incluye comprender y ver las necesidades del mercado, la formación de nuestros equipos de trabajo, el desarrollo de nuestras capacidades tecnológicas, y un nuevo rol para el representante de ventas.

Según los estudios de clima laboral en el mercado peruano por lo menos un 50% de empresas ejecutan planes y acciones para la mejora del clima laboral. Después de concluida la encuesta por el portal de empleo Aptitus, nos informa que 8 de cada 10 empleados piensan que el clima laboral es un factor concluyente en su desempeño laboral. Así como también, aproximadamente 9 de cada 10 empleados nos dicen que renunciarían si se presenta un clima laboral en su organización. Por todo eso, clima laboral es un factor que debe primar en las empresas se debe mantener favorablemente un buen ambiente laboral. (Gurmendi, 2019).

según la consultoría gerencial Great Place to Work, empresa importante de investigación nos indica que para trabajar en el Perú ante estas circunstancias diferentes que se presentaron por consecuencia de la pandemia que afecta al mundo la Covid 19 dio a conocer la lista de “Las mejores empresas para laborar en el Perú 2021” de manera virtual y en las diversas categorías, las cuales fueron evaluadas por su empeño en tener el mejor clima laboral en la cual destacan diversas empresas del área financiera, consumo masivo, retail, salud, tecnología, alimentos, entre otros. En primer lugar tenemos a la empresa financiera Scotiabank, seguido por Interbank , Sodimac y Maestro en tercer lugar, y le sigue en cuarto lugar a Financiera Oh!, luego tenemos en quinto lugar a Supermercados Peruanos, NGR va en sexto lugar, seguido por Teleperformance en séptimo lugar, continuamos con Virú en octavo puesto, continuando con Compartamos Financiera noveno puesto, seguido por la empresa CrediScotia en décimo lugar, Grupo EFE va en onceavo lugar, Scotia Contacto está en doceavo puesto,

la universidad UTP va en treceavo lugar, Hipermercados Tottus catorceavo lugar, Financiera Efectiva quinceavo lugar, Ripley quedo en el puesto dieciséis, Pamolsa en el puesto diecisiete, Farmacias Peruanas puesto dieciocho, Konecta puesto diecinueve y Canvia en el puesto veinte. (Greatplacetowork, 2021)

La problemática de clima laboral en las organizaciones es un aspecto que pocas empresas miden pese a que es de suma importancia ya que ello influye directamente en la productividad de las empresas.

Los centros comerciales están cerrando en todo el mundo como consecuencia de la crisis ocasionada por la pandemia que se vive en la actualidad. En Lima capital el presidente de la Asociación de Centros Comerciales del Perú (Accep) el señor Juan José Calle, nos recalco que hasta la actualidad un 75% u 80% de empresas aún están operando de acuerdo al rubro que desarrollan; quedando fuera de dicho porcentaje las empresas que se dedican a gimnasios, bares, cines, juegos infantiles entre otros. En conclusión, se deduce que la problemática del tema ventas en los centros comerciales es que disminuyeron a un 60% en relación con las que se dieron en el año 2019 y esperamos que esta perdure hasta finales del año. (Calle, 2021), teniendo en cuenta que estos centros comerciales dan empleo a 180 mil trabajadores en nuestro país y el personal que dice sentirse satisfecho en su lugar de trabajo hace buenos comentarios y esto impacta de manera favorable a la empresa para la cual labora, por ello es muy importante trabajar mediante un buen plan estratégico esto genera un agradable clima laboral en las empresas.

Lineamientos de investigación

Enfoque cuantitativo, nos basamos en encuestas realizadas para demostrar nuestra hipótesis.

Tipo aplicada, uso conocimiento no creo conocimiento y solo se aplicará a este centro comercial en este año a estas ventas.

Diseño no experimental, porque todas las tesis de administración son no experimentales dado que se efectúa evitando manipular intencionalmente las variables, se fundamenta en la observación de sucesos, contextos, categorías o variables sin alteraciones realizadas por el investigador y en ella se observan los sucesos y

situaciones que existen tal cual se aprecia dentro de su entorno natural para posteriormente ser analizados por el investigador.

Nivel correlacional, únicamente se quiere demostrar si hay o no hay relación entre las variables en un entorno particular, como se realiza en esta investigación con las variables clima laboral y ventas.

Corte transversal, porque solo trabajare 1 año.

¿De qué manera el clima laboral influye en las ventas en un centro comercial en el distrito de Villa el Salvador, 2021?

¿De qué manera el trabajo en equipo influye en las ventas en un centro comercial en el distrito de Villa el Salvador, 2021?

¿De qué manera el liderazgo influye en las ventas en un centro comercial en el distrito de Villa el Salvador, 2021?

¿De qué manera la motivación influye en las ventas en un centro comercial en el distrito de Villa el Salvador, 2021?

Respecto a la variable clima laboral se validará, reforzará o cuestionará fundamentalmente las investigaciones de (Singh, Chauhan, & Agrawal, 2011) la idea fundamental es que clima laboral es el ambiente interno percibido por sus integrantes y que influye en el rendimiento comunitario u organizacional, esto dota de un carácter subjetivo a esta definición, al depender de la percepción de un grupo de seres humanos.

Respecto a la variable ventas, se validará, reforzará o cuestionará la teoría de (Kotler P. 2006) la idea fundamental es producir lo que el mercado desea, es decir se adaptan los procesos al cliente como factor externo, agilizando logística, organizando comunidades y nichos de mercado.

Se presenta en relación con la variable clima laboral, de acuerdo con el título de la tesis, la investigación verificará si el clima laboral influirá en las ventas de un centro comercial de Villa El Salvador, el resultado práctico es que aporta como elemento de

gestión de las empresas del referido centro comercial.

Metodológicamente, la investigación que presento es de enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, nivel descriptivo - explicativo, con diseño no experimental, transversal. Justamente porque que atiende una ciencia social como administración de empresas y sus variables también lo son: Clima laboral y Ventas, requiere de cantidades numéricas y de interpretación analítica.

El clima laboral influye significativamente en las ventas en un centro comercial en el distrito de Villa el Salvador, 2021.

El trabajo en equipo influye significativamente en las ventas en un centro comercial en el distrito de Villa el Salvador, 2021.

El liderazgo influye significativamente en las ventas en un centro comercial en el distrito de Villa el Salvador, 2021.

La motivación influye significativamente en las ventas en un centro comercial en el distrito de Villa el Salvador, 2021.

Determinar como el clima laboral se relaciona con las ventas en un centro comercial en el distrito de Villa el Salvador, 2021.

Determinar como el trabajo en equipo se relaciona con las ventas en un centro comercial en el distrito de Villa el Salvador, 2021.

Determinar como el liderazgo se relaciona con las ventas en un centro comercial en el distrito de Villa el Salvador, 2021.

Determinar como la motivación se relaciona con las ventas en un centro comercial en el distrito de Villa el Salvador, 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Como parte del trabajo de investigación detallo tesis de variados autores en el ámbito nacional:

(Pacheco, 2017) En la tesis “Modelo de clima organizacional y su relación con el desempeño laboral en las PYMES hoteleras de Riobamba”. Claramente nos destaca un objetivo la de precisar cómo influye clima organizacional en el desempeño laboral, en este trabajo nos detalla claramente que se ha empleado con una población 50 personas del área administrativo a la cual se le denomina como población, y 96 empleados de las PYMES pertenecientes al rubro de hoteles de la ciudad de Riobamba, para lo cual se usó el diseño transversal, correlacional y no experimental, cuyo resultado nos demostró claramente la relación que se expone entre dos variables muy renombradas clima organizacional y desempeño laboral, y eso nos confirma la hipótesis principal y brindándonos un aporte en nuestro trabajo de investigación de la importancia que tiene un clima laboral óptimo para obtener un mejor desempeño del personal.

(Huamán, 2019) La tesis “Clima organizacional y el desempeño laboral de los trabajadores de Sedapal, El Agustino 2018”, Apunta a encontrar el vínculo entre dos variables frecuentemente utilizadas como son clima Organizacional y desempeño laboral. Para la realización del procedimiento se hizo de manera deductiva e hipotética, y como tipo de investigación fue de nivel básica descriptiva y correlacional el diseño fue no experimental de corte transversal y de enfoque cuantitativo. Se efectuó el estudio utilizando una población de 80 personas que trabajan en el área administrativa de la empresa en mención. Para recabar la información se empleó como técnica las encuestas y los instrumentos empleados dos cuestionarios y estos a la vez se validaron mediante la opinión de expertos y precisando la confiabilidad mediante el Alfa de Cronbach. En conclusión, de dice que el clima organizacional y desempeño laboral se precisa como correlación positiva débil, con ello se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, por todo ello podemos afirmar que nos queda claro que hay correlación entre las variables. Y con ello nos da importantes aportes para la realización de nuestro trabajo de investigación, nos detalla como en un buen clima laboral el personal se desempeña mejor y es más productivo para la organización.

(Bustamante Agip, 2017) “Clima organizacional y desempeño del docente en un instituto técnico de Lima, noviembre 2016”, en este trabajo se quiso reconocer la

correlación que hay entre las variables clima organizacional y desempeño, para este estudio se investigó las variables posteriores al estudio de los antecedentes y de las teorías relacionados con la investigación. En primer lugar, tenemos, las dimensiones liderazgo directivo, así como también al proceso de planeación

estratégica, y la otra variable frecuentemente empleada denominada, el desempeño del docente, la cual tiene como dimensiones motivación profesional y procesos de enseñanza y aprendizaje. Se realizó una investigación descriptiva y correlacional, y el diseño que se maneja fue cuantitativo, no experimental, de corte transversal y con muestreo probabilístico, la cual fue realizado con 60 docentes a través del muestreo aleatorio simple de una población de 97 docentes. Para lograr los resultados de la investigación, se realizó un cuestionario por cada variable, la correlación que se obtuvo fue moderada entre el clima organizacional y el desempeño del docente y ello nos demuestra relación entre las dos variables. Clima organizacional y desempeño de personal son dos variables fundamentales para la preparación del trabajo de investigación y en esta tesis nos dan un gran aporte de como en un agradable clima laboral el desempeño del docente es más productivo.

(Méndez Escobar, 2017) En la tesis “Las ventas y la capacitación en la empresa Atento Perú, La Molina - 2016.”, el objetivo de la investigación fue establecer la relación entre las variables ventas y capacitación. Para ello se consideró a una población de 100 trabajadores, y se consideraron de manera probabilística 80 trabajadores a los que se tomó como muestra y con ellos se realizó las variables de estudio. Para ello se usó el método hipotético deductivo con enfoque cuantitativo, también utilizo el diseño no experimental de nivel correlacional y de corte transversal. Concluido el procesamiento de los datos y una vez llevado a cabo los cuestionarios, se llevó a cabo un análisis estadístico de la información recabada y por consiguiente se llegó a la siguiente conclusión: La variable ventas está relacionada directamente, ello nos indica que hay una correlación alta entre estas dos variables ventas y capacitación en la empresa estudiada, de esta manera demostramos la veracidad de la hipótesis de la investigación y nos aporta que tan importante son las capacitaciones y que el personal esté preparado así como también, se le brinden las condiciones necesarias para mejorar en nivel de ventas en una empresa.

(Yoplack Zumaeta, 2019) La investigación realizada en este trabajo denominado,

“Análisis del Comportamiento de Compra y su Influencia en las Ventas del Restaurante Mr. Sushi”, fue elaborado con el objetivo de proporcionar al restaurante el perfil del consumidor, con ello se le facilitara enfocar apropiadamente el servicio que ofrecen en base a las cualidades que poseen sus clientes habituales así mismo para adecuar las estrategias que se emplean con el fin de captar nuevos clientes, y de esta forma mejorar sus ingresos así como también el posicionamiento de su marca dentro del mercado.

Para ello se elaboró un estudio de tipo descriptivo transversal y con ello obtuvimos información primordial mediante una encuesta que fue muy útil para definir las cualidad socio-económicas que presenta el consumidor, con ello se pudo precisar que los principales consumidores o clientes potenciales el rango de edades, género, estado civil, y el nivel de estudios. También se pudo precisar que los clientes habituales frecuentan el restaurante con el objetivo de realizar reuniones, y de ello podemos resaltar la agradable experiencia en la atención hacia los clientes de parte del personal, las calificaciones nos determinan que la principal cualidad que tiene el restaurante es el agradable sabor y la gran calidad que mantiene, por ello los clientes suelen acudir frecuentemente al restaurante. Así también podemos reconocer que tenemos como factor externo, que los clientes que acuden al restaurante, afirman que el restaurante en mención concuerda con su personalidad, así también los pagos se realizan mediante tarjeta de débito. Con ello podemos concluir que el restaurante, es una empresa con una participación del 27.29%, por ello es de suma importancia la realización de este análisis, ya que concuerda con la finalidad del estudio. A partir de ello se puede afirmar como una buena estrategia en ventas influye positivamente en el incremento de las ventas.

(Villacorta Aspajo, 2020) Esta tesis tuvo la finalidad de determinar la relación entre “la atención al cliente con el nivel de las ventas de la empresa consorcio & asociados SAC”. Para ello se estudiaron detalladamente varias teorías de autores e instituciones. Se realizó una investigación del tipo no experimental, descriptivo y correlacional, se tomó una muestra de 20 personas, la técnica utilizada para esta investigación fue la encuesta y se recolecto la información mediante cuestionarios. Y se llegó a la conclusión de que el nivel de atención al cliente en la empresa es 50% regular, 45% bueno, 5% muy bueno, y para Malo y Muy malo hubo 0%; también se puede apreciar que el nivel de ventas dio como resultado 55% bueno, 30% regular, 10% muy bueno, 5% malo, y Muy malo hubo 0%. Con esto llegamos a la conclusión de que hubo

una relación favorablemente alta entre la atención al cliente con el nivel de ventas de la empresa estudiada, y en cuanto al nivel de ventas podemos afirmar que fue influenciado en un 49.28% por la atención al cliente. En este trabajo de investigación podemos decir que nos da aportes que dan soporte en nuestra investigación y como una buena y oportuna atención al cliente influye significativamente con un buen nivel de ventas en la empresa.

(Antúñez, 2015) En esta investigación nace de la premisa de como un mal clima laboral puede influir de manera negativa en el rendimiento del personal. Y como meta principal nos pone al clima laboral y cómo esto influye en el rendimiento del empleado de caja de las agencias de Banesco, Para llegar al objetivo se diagnosticó las causas del clima laboral y se localizó la capacidad de rendimiento y analizo los factores del clima laboral que intervienen en el rendimiento del personal. Se basó en teorías de clima organizacional, factores, rendimiento laboral y la evaluación del desempeño. Se utilizó el tipo de investigación de campo, de tipo descriptiva, con base documental. Se trabajó con una población de 30 empleados que laboran en el área de caja. La técnica que se empleó para recolectar la información que se estudio fue la encuesta y como instrumento se empleó el cuestionario de preguntas tipo Likert que fue validado por el Alfa de Cronbach. Y las técnicas de análisis de datos que se emplearon fueron cuantitativas y cualitativas. La cual nos dio como resultado que los trabajadores de esta empresa están medianamente motivados pese a que la empresa cuenta con tecnología, una buena organización y el instrumental necesario para realizar un buen trabajo en equipo, el problema que se visualiza gracias al estudio realizado es la baja remuneración que reciben con ello no cubren sus expectativas, del mismo modo deducimos que el aspecto económico es un factor que genera gran insatisfacción en los empleados se recomienda utilizar el modelo salarial de las 3R (remuneración, recompensa y reconocimiento). Por ello podemos indicar que este trabajo nos da las claves importantes de como el aspecto económico es una manera de motivar y esta a su vez influye en el rendimiento del personal en una empresa.

(Gerrero, 2015) En la tesis “Propuesta de mejora del clima laboral y cultura organizacional en el ministerio de coordinación de desarrollo social”, se tuvo como objetivo dar a conocer una propuesta para la mejora del clima laboral y como mejorar el

compromiso de llegar a una identidad institucional y con ello obtener bienestar en el clima laboral, y esto a su vez repercutirá satisfactoriamente en la productividad de la organización, para ello se utilizó la metodología de naturaleza mixta, de tipo cuantitativo a través de la elaboración de encuestas y cualitativo con un análisis de entrevistas organizadas, mediante la observación directa, con el fin de recolectar una buena y adecuada información. Esta tesis contribuye ampliamente en nuestra investigación con importantes propuestas para mejorar el clima laboral obteniendo con ello bienestar en la organización y esta a su vez repercute en el aumento de la productividad en la empresa.

(Viscarra Alvarez, 2016) En la tesis “Estudio e intervención de la cultura organizacional caso: empresa Omnilife de Bolivia S.A” se propone como método de Intervención las Técnicas Vivenciales a través de la Facilitación y Aprendizaje basado en la Experiencia de acuerdo al modelo de David Kolb de 1984 que busca en esencia un cambio en la Conducta de la persona a través de la Experiencia, Reflexión, Generalización y acción. por su naturaleza de estudio es de tipo descriptivo ya que aplicar una metodología para el estudio e intervención de la Cultura Organizacional y en cuanto a temporalidad, es de tipo transversal, ya que realiza la recolección de datos en un solo corte en el tiempo, El universo de la investigación es la totalidad de los trabajadores de la empresa Omnilife de Bolivia S.A. que a la fecha alcanzan a treinta y cuatro empleados a nivel nacional, con este aporte nos da un enfoque para encontrar soluciones a los problemas planteados. A partir del presente trabajo de investigación podemos sostener la importancia de la buena comunicación, los valores, el trabajo en equipo y el liderazgo para crear una buena cultura organizacional en una empresa.

(Guevara Pazmiño, 2018) En la tesis “nivel de satisfacción en la Unidad Educativa Particular La Dolorosa”. El objeto de este estudio es detallar como percibimos las variables clima organizacional y como este incide en la satisfacción de los empleados. Para ello se utilizó una población de 73 empleados los cuales fueron 45 docentes, 16 personal administrativos y 12 de personal de apoyo, con ellos se les realizo 38 preguntas mediante una encuesta tipo Likert que fue la herramienta utilizada para esta investigación, y esta contempla temas como trabajo en equipo, relaciones interpersonales, liderazgo, conflictos, incentivos e identidad. Una vez concluida la investigación podemos diagnosticar que los puntos que necesitan atención para mantener un agradable clima en la organización son reconocimiento, incentivos y

conflictos, el estudio realizado nos indica que para un 45,2% y 68,8% es menos favorable, por ello esta investigación nos detalla que en esta organización no existe un modelo para el manejo y mediación de conflictos así como también no existe políticas de incentivos, y por ello se sugieren aplicar estrategias que contribuya en la mejorar del clima laboral de la organización, e incurran directamente en la percepción de los empleados. Con esto nos brinda información importante con el cual nos ayuda en el desarrollo del trabajo de investigación proporcionándonos propuestas para la mejora de clima laboral en una organización.

(Chunga, 2019) En la tesis “Influencia de los recursos, capacidades y orientación emprendedora en el desempeño económico de las Pymes rurales en Andahuaylillas, Ccatcca y Ocongate en Cuzco – Perú”, nos indica un objetivo principal que es identificar los factores principales para lograr un buen desempeño empresarial en una MYPE. Se utilizó el método de tipo no experimental, transversal, y el diseño cuantitativo, de alcance explicativo, la investigación está diseñada para deducir cuáles son los elementos que han podido ser afectados por las actividades de las empresas locales. La investigación realizada es cuantitativa y la herramienta que se utiliza es la encuesta con preguntas en escala de Likert. Para ello se utilizó una población de 125 MYPES rurales de la zona. El proyecto de investigación se enfoca en áreas rurales, con factores relevantes en cuanto a entender la visión en cuanto a sus recursos y potencialidades, así como también a los modelos de negocio que tienen un impacto medio y efectivo en las operaciones de la empresa. Esta tesis nos proporciona un claro ejemplo de cómo las tics influyen en el desempeño de las Mypes de manera directa, así como también, el marketing y la orientación emprendedora.

Clima laboral

Según (Singh, Chauhan, & Agrawal, 2011) "define a clima laboral como la cualidad estable del ambiente dentro de una organización que es percibido por los miembros e influye directamente en el comportamiento de los empleados de la organización". Así también (Alcover de la H, Moriano L, & Osca S, 2012) “nos definen como circunstancias ambientales que advertimos de manera consciente por las personas que laboran en una organización, las que están sometidas al control organizacional y que se interpretan en normas y en patrones de comportamiento”.

Para el autor (Chiavenato I., 2011) “Es la característica interna de un ambiente laboral que es advertida por los empleados y a la vez esta interviene directamente en el comportamiento de los empleados. Se dice que es favorable cuando cumple los requerimientos personales y motivacionales de los integrantes de la organización, y desfavorable cuando no se cumple los requerimientos antes mencionados”. También (Cornell, 1955) nos da a conocer a esta variable como la unión de las percepciones o interpretaciones que se hacen los trabajadores sobre los roles que tienen en su centro de trabajo y como se relacionan con los miembros de la organización. Para los autores (Findley-Musgrove, 2014) es importante que la gerencia deba tener comprometidos a sus empleados para ello se debe implementar de medios que brinden recursos para promover la cultura de compromiso organizacional.

El clima organizacional para (Vikas, 2017) lo conceptualiza como necesidades de los trabajadores de la organización y estos serían la personalidad, valores, organizaciones políticas, cada organización tiene su personalidad particular propia de la empresa, sus características propias que es la que la diferencia de otras organizaciones, estas son fundamentales ya que afectan en el comportamiento y actitudes de los trabajadores.

En conclusión, diremos que clima laboral depende de la interacción de las personas en una organización, sus actitudes, su conducta, sus expectativas, logros o fracasos de los miembros dentro de ella, así mismo como esto repercute en la productividad en las diversas áreas de la organización. Por ello es importante que las empresas evalúen su ambiente laboral para mantener un clima laboral óptimo, y con ello lograr que los miembros de la organización puedan desarrollarse dentro de ella y alcanzar sus metas personales, lo cual nos genera un ambiente agradable y productivo.

Trabajo en equipo

El autor (Gutiérrez, 2010) nos dice, “el trabajo en equipo es la manera de como un grupo o conjunto de personas se interrelacionan, cooperan con el fin de lograr los mismos propósitos, teniendo como fin la unidad de un objetivo por medio de contribución de conocimientos, habilidades y acciones de sus miembros”. El trabajo en equipo influye directamente en el buen rendimiento del personal en una

organización para lograr favorablemente los objetivos de ella. Así como el autor (Acosta, 2011) nos detalla “Es una agrupación de personas en el cual se observa un significativo aumento en el rendimiento laboral, y esta se enfoca en la productividad colectiva. Por ello interesado en precisar un objetivo común con metas de productividad dentro de su organización”.

De esta manera podemos definir que trabajo en equipo es cuando un grupo tiene los mismos objetivos en común y comienzan a realizarla de manera integrada apoyándose los unos a los otros de manera responsable y organizada compartiendo conocimientos y así ayudar a mejorar el rendimiento en la organización.

Liderazgo

Sobre este tema nos dice (Pérez, 2011) “Es un acto que tiene como fin influenciar en la conducta y la percepción de los trabajadores, obteniendo como consecuencia las conductas apropiadas de ellos, y estos a su vez generan bienestar dentro de la organización y un buen clima laboral”. El liderazgo es la llave para que una empresa u organización logre sus objetivos estratégicamente y de manera organizada, para ello es muy importante quien lo lidera y que este a su vez tenga la preparación, cualidades y capacidad para poder llevar al éxito un grupo de trabajo. Por ello en su investigación el autor (Holloway, 2012) nos dice que “El proceder de un líder debe manifestar la cultura y los valores de la organización, para impulsar el máximo potencial de sus empleados y con ello obtener los mejores resultados en cada labor”.

Según (Joel M. Podolny, 2004) el liderazgo tiene un impacto en el desempeño que trasciende el impacto de la gestión.

Para (P. Ponce, 2014) el liderazgo es un factor determinante que influye en la sensación que tiene los empleados del clima organizacional.

Por lo leído podemos definir que liderazgo es la capacidad que tiene una persona para influir de manera positiva sobre otras logrando sacar las fortalezas del equipo para alcanzar los objetivos y metas establecidas.

Motivación

Según (Robbins, 2004) “La motivación se fundamenta en experiencias y habilidades de la vida de un ser humano, que influye en la persistencia, dirección y la fuerza del trabajo que destina en las acciones que ejecuta por algún motivo, ya sea por sugerencia del exterior o de un líder. La motivación se da de manera interna en cada persona”.

Por otro lado, el autor (Franeck, 2008) nos explica que “En la motivación laboral se conceptúa como elementos influyentes de la igualdad en el sistema de promoción, las condiciones que se dan en el trabajo, la cualidad en la relación individuo-supervisor, el trabajo en sí mismo, los salarios que percibe y beneficios que obtiene”.

La motivación es la razón o motivo que vas a tomar una determinada acción ya sea para lograr algo o eliminar algo, es un impulso que hace que una persona pueda hacer cosas para satisfacer algo que quiere, puede venir de dentro de la persona o de fuera mediante estímulos.

Ventas

Según (Philip, 2001) “nos conceptúa el termino venta como otra forma de acceso al mercado para las empresas, el cual tiene como objetivo, vender lo que hacen en lugar de hacer lo que el mercado quiere”. Es un término comúnmente utilizado en todos los ámbitos de los negocios tal como nos detalla (Kotler & Armstrong, 2002) “El término ventas se utiliza tanto para denominar a la operación en sí, como al número de cosas que se venden”

Para (Ricardo, 1997) “es el acto de ceder una mercancía a través de un precio fijado entre ambas partes. Este a su vez puede ser: primero al contado, cuando al momento de tomar la mercancía se realiza el pago pactado; segundo a crédito, se dice cuando el precio lo pagamos con posterioridad a la adquisición y tercero a plazos, cuando realizamos el pago de manera fraccionada ósea en

varias entregas sucesivas”.

Definimos venta como el proceso de intercambio de un bien o servicio por dinero y por la que el vendedor influye y satisface las necesidades del comprador.

Plan de Marketing digital

Para (Philip Kotler, 2006) “los planes de marketing o mercadeo se debe sostener bajo dos soportes fundamentales los cuales son: el marketing estratégico y el marketing operativo. El lado estratégico permitirá conocer en qué lugar se encuentra la organización, mediante la determinación de su visión, misión y valores de la organización; así como también a dónde queremos llegar, a través de diversos análisis e investigaciones de mercado. Por otro lado, el operativo se encargará de llevar a cabo las acciones precisas y pertinentes para garantizar el cumplimiento de las estrategias planteadas y lograr los objetivos trazados en el plan de marketing”. Estas definiciones nos amplían el concepto de plan de marketing la importancia que tienen las acciones que la empresa aplicara mediante planes y estrategias para cumplir con las metas y objetivos trazados por la organización.

En la actualidad en un mundo globalizado en la cual la tecnología se ha desarrollado a pasos agigantados y es un canal muy importante para las ventas y la publicidad ya que estas evolucionan constantemente, y se relacionan mediante las redes sociales y las páginas web que son los principales canales entre el cliente y el vendedor por lo que es sumamente importante una estrategia de marketing digital para incremento de las ventas en las empresas. (Kotler P. S., 2008)

Estrategia de venta

Según (David, 2017) “es un conjunto de estrategias que nos permite estar un paso adelante siempre de la competencia, el cual son 3: por Integración, que también es conocida como integración vertical, intensivas y por último diversificadas”. Esta aplicación de técnicas mediante un plan para tener una ventaja competitiva en el mercado.

El entorno económico a nivel mundial y nacional que es afectado duramente por la crisis que trajo la covid 19 trae consigo muchos desafíos que deberán enfrentar las empresas, sobre todo las micro y pequeñas empresas, son ellas las que deben de promocionar y ser más competitivas para sobrevivir ante esta economía cambiantey austera que estamos pasando.

Para (Payne, 2014) las estrategias en ventas son una pieza fundamental que las empresas deben aplicar para llegar al éxito empresarial ya que a mayor incremento de ventas los ingresos son mayores y con ello se cumplen con los compromisos adquiridos en la organización, y esto le permite a la empresa establecer una buena relación con sus clientes y personal a cargo, por ello es importante tener objetivos y metas y una adecuada planificación a corto, mediano y largo plazo para poder cumplir las metas establecidas de manera eficiente.

Por lo antes mencionado se deben tomar medidas estratégicas puntuales que serán las herramientas para lograr las metas establecidas y para ello el paso más importante es definir las metas de ventas de la empresa cuanto se espera lograr y en cuanto tiempo se desea alcanzar dicho objetivo.

En base a lo definido podemos nombrar cinco estrategias de ventas básicas para una empresa:

Buena atención al cliente: con las nuevas tecnologías existentes en la actualidad en los mercados que se utilizan para mejorar la atención al cliente e incrementar las ventas, nos impulsa a mejorar cada día y estar a la vanguardia de las necesidades de los clientes, tener una buena política de servicio al cliente y con ello crear una lealtad hacia nuestra marca es un factor primordial e imprescindible que las empresas deben aplicar en el área de ventas.

Para mejorar la atención al cliente podemos hacer encuestas o cuestionarios para determinar sus necesidades, incomodidades, experiencias y opiniones, con esos datos no solo conoceremos a los clientes también podremos trabajar en un soporte que se adelante a sus necesidades, recordemos siempre que el cliente es lo primero.

Brindar servicios adicionales: los clientes después de la comprar requieren

de servicios adicionales para poder concluir con sus necesidades que van más allá de la adquisición del producto ofertado, son la necesidad de los servicios adicionales como pueden ser el llevar el producto a su destino final, la instalación o servicio técnico del producto. Es importante cubrir las necesidades del cliente para lograr la fidelidad hacia nuestro negocio.

Utilizar la tecnología: es importante el uso de la tecnología y ponerla al servicio del cliente, utilizar herramientas para la mejora en el área de ventas ya que te permite llegar a interactuar con clientes potenciales a través de los diversos canales de ventas como son facebook, whatsapp business, marketplace, ecommerce, entre otros.

Transmitir una buena imagen: llegar al cliente con una buena imagen una comunicación fluida brindando respuestas favorables para el cliente ante sus dudas y transmitiendo valores primordiales como la amabilidad, confianza, credibilidad, empatía, profesionalismo, entre otros.

Hacer publicidad: la publicidad es una herramienta muy importante en una empresa, promocionar nuestros productos a través de los diversos canales digitales implementando estrategias de marketing digital por las diversas plataformas o páginas web, blogs y redes sociales. Estas estrategias nos permiten dar a conocer nuestros productos ofertados a los clientes y persuadirlos mediante fotos o videos indicando las características y beneficios de nuestro producto.

III. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El propósito de esta investigación es llegar a entender como el clima laboral puede influir en forma favorable o desfavorable en las ventas en un centro comercial que queda ubicado estratégicamente en el parque industrial de Villa el Salvador.

3.1 Tipos y diseño de investigación

La investigación es de tipo aplicada por que se emplea el conocimiento que contribuye con aportes teóricos y con ello buscar estrategias que permitan lograr el objetivo establecido. Según (Hernández & P., 2017) en su libro metodología de la investigación nos dice que el tipo de estudio aplicado precisa diversas teorías formuladas y comprobadas para solucionar los problemas específicos. Por consiguiente, el espacio en el que se aplica es característico y delimitado, ya que se plantea un problema específico de nivel correlacional porque solo demostrare si hay o no hay relación entre clima laboral y ventas, así como también se determinara medir las variables pretendiendo analizar la correlación existente.

El diseño de la investigación es no experimental ya que no requiere de comprobación científica, se basa fundamentalmente en la observación, generalmente aplicado a ciencias sociales donde se realiza una encuesta y se validan las preguntas y así se mide lo que se quiere comprobar en la tesis. Con corte transversal, ya que esta fue realizada en un periodo de un año y de tipo descriptivo, según (Hernández R. F., 2010) esto quiere decir que no se manejan intencionalmente las variables de investigación, únicamente se observan; y verifican que los datos se recopilen en un tiempo único con el objeto de averiguar la repercusión de los niveles de una o más variables en una población.

3.2 Variables de estudio

Para la realización de este trabajo se utilizaron dos variables de estudio, clima laboral y ventas es de enfoque cuantitativo y nivel correlacional, de esta manera se determinó la relación que hay entre el clima laboral y las ventas.

Clima laboral

Según (Ugarte, 2015) El clima organizacional es el medio ambiente humano físico, por medio del cual se lleva a cabo las actividades cotidianas e influye en la satisfacción y productividad de los colaboradores. Así mismo el autor (Carrascosa, 2011) nos dice el clima laboral es primordial en una organización, porque de ello afecta en el comportamiento de los trabajadores que componen la organización: si se encuentran motivados, comprometidos, identificados con la organización mejorando su desempeño laboral para lograr las metas trazadas.

Un buen clima laboral es importante en toda organización este debe ser un lugar donde los trabajadores estén motivados en un ambiente de trabajo óptimo en el cual prime el respeto, la comunicación, el compromiso, con un personal motivado y dirigido por un líder que sea capaz de llevar al equipo a cumplir las metas de la empresa y con ello aumentar la productividad en la organización.

Ventas

Para (Kotler P., 2006) la definición de venta para muchas empresas es la manera de ingresar al mercado, y tienen como objetivo vender lo que hacen en lugar de hacer lo que el mercado desea. Por lo descrito anteriormente podemos definir ventas como el intercambio de un producto o servicio por dinero, y para ello es muy importante que las empresas puedan enfocarse en el marketing agilizando sus procesos y orientarse a producir lo que el mercado desea.

3.3. Operacionalización de variable

En este trabajo de investigación analizamos las variables clima laboral y ventas las cuales fueron investigadas en los representantes de ventas que laboran en el centro comercial Estilo Interior del distrito de Villa el Salvador el año 2021. Como se detalla en el anexo 2.

3.4. Población muestra y muestreo

Según (Vara Horna, 2015) nos define población como el conjunto de individuos que poseen una o más características semejantes.

Por su parte para (León, 2020) nos dice que la muestra es una pequeña

porción de estudio que sustituye la mayoría de características de una población.

Muestreo es un proceso de selección en donde todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos (Otzen, 2017)

La población muestra que vamos a utilizar en el presente trabajo de investigación se encuentra conformada por 60 personas de ambos sexos representantes de ventas del centro comercial Estilo Interior en Villa el Salvador.

La herramienta para recolectar datos para poder realizar el trabajo de investigación fue un cuestionario con 24 preguntas de las cuales 16 son de la variable independiente y 8 de la variable dependiente, y que se realizaron a 60 representantes de venta.

Población muestra y técnicas de muestreo

Para realizar esta investigación se tuvo la participación de 60 personas que laboran en el centro comercial Estilo Interior ubicado en Villa el Salvador, basándonos en lo que nos dice (Bernal, 2016) la población es un conjunto de personas o elementos que se quieren estudiar, mediante la ejecución de herramientas de recojo y verificación de datos.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{(N-1) E^2 + Z^2 * P * Q}$$

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

Dónde:

Z: Valor de la abscisa de la curva normal para una probabilidad del 95% de confianza.

P: Se asume P = 0.5

Q: Se asume Q = 0.5

E: Margen de error 5%

N: Población

n : Tamaño de muestra

Para (Sánchez, 2015) la muestra es una parte o porción de la población, la cual se quiere estudiar, además de los cuales se recolectarán la información primaria, y debe ser un subconjunto representativo de la población. Fundamentándonos en lo que nos dice en la lectura tomamos para este trabajo como muestra a 33 representantes de venta.

Para precisar la dimensión de la muestra se usó el muestreo aleatorio simple para valorar proporciones la fórmula lo detallamos a continuación:

A un nivel de certeza de 95% y con un margen de error 5% la muestra a seleccionar fue:

$$n = \frac{(1.96)^2 (60) (0.5)}{(0.5)} = 33$$

$$n = \frac{(0.05)^2 (60-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(0.5)} = 33$$

Resultado: 33 representantes de venta del centro comercial Estilo Interior participaron en el proceso de recolección de información.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

La técnica que se utilizó para recabar los datos a evaluar es la encuesta y según (Galeano M., 2020) el enfoque de la investigación nos dio un propósito y objetivo, de la posición de información que se desea recabar, las características y el tiempo.

Instrumento

Según (Arbaiza Fermi, 2019) Se entiende por aceptable un instrumento cuando mide de manera precisa el objeto de estudio para lo que fue estructurado.

El Instrumento para recabar los datos que se empleo fue el cuestionario de 14 preguntas que se realizó a los 33 representantes de venta (Ñaupas Paitán, 2018) dos detalla que son instrumentos mediante los cuales se realizan el levantamiento de información a través de preguntas o ítems que piden una respuesta como lo pueden apreciar en el anexo 3.

Diseño de instrumentos

El instrumento que se empleó para recabar los datos fue un cuestionario debidamente estructurado, así mismo este fue elaborado bajo la escala de Likert con cinco alternativas de respuesta al que también se le atribuyó su respectiva valoración:

Tabla 1

Instrumento de Valoración

Escala de Medición	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
Valoración	1	2	3	4	5

En el anexo 4 mostramos la ficha técnica del instrumento de recolección de datos que se empleó para esta investigación.

La confiabilidad del instrumento se obtendrá a través de la prueba del coeficiente de confiabilidad de Alfa de Cronbach en el programa IBM SPSS Statistics versión 25 una vez terminada la recolección de los datos.

Para (Frías-Navarro, 2020) El alfa de Cronbach puede ser medido a partir de la correlación entre los ítems como una finalidad del número de ítems del instrumento y la relación media entre los ítems. La fórmula a utilizar sería la

$$\alpha = \frac{N \times \bar{r}}{1 + (N - 1) \times \bar{r}}$$

siguiente:

Donde N es igual al número de ítems y r es la correlación media entre los ítems.

Para el procedimiento se solicitó los permisos a la gerencia y a los dueños

de las tiendas, para así poder llevar a cabo la evaluación de los representantes de venta del centro comercial. Se envió un documento donde se solicita la participación del personal de ventas, detallando los lineamientos de consentimiento, manejo de información y confidencialidad por la cual se garantiza que sus datos no serán utilizados para otros fines que no sea el presente trabajo de investigación. Así como también que la información que se obtiene será utilizada únicamente para la realización de análisis y estudio de los resultados para la elaboración de la investigación.

Validez

Según (Arbaiza Fermini, 2019) nos indica que un instrumento es válido cuando de manera precisa o exacta mide el objeto de estudio para lo cual fue estructurado. Por ello la validez lo obtenemos por medio del juicio de 4 expertos en la materia como lo mostramos en los anexos 5 - 31.

Tabla 2

Validadores

VARIABLES DE INVESTIGACIÓN	VALIDADOR	APLICABILIDAD
Clima Laboral y Nivel de Ventas	Sonia Herrera Abad	Aplicable
	Mario Enrique Arauco Loyola	Aplicable
	Vilma Andrea Vera Quintanilla	Aplicable
	Lester Alberto Obispo Sotomayor	Aplicable

Confiabilidad

Para interpretar la confiabilidad del instrumento según el autor (George, 2003) establecieron los siguientes criterios coeficiente alfa de Cronbach > 0.9 es excelente, > 0.8 es bueno, > 0.7 es aceptable, > 0.6 es cuestionable, > 0.5 es inaceptable.

Para la obtención de la confiabilidad de los instrumentos que se aplicaran en el trabajo de investigación será mediante la prueba del coeficiente Alpha de Cronbach en el programa SPSS versión 25, la cual aplicamos a 30 colaboradores y cuyo resultado arrojo 0.925 lo cual nos indica que existe una confiabilidad elevada.

Tabla 3

Prueba de Confiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.924	24

El coeficiente alfa de Cronbach lo usamos para medir la confiabilidad de nuestro instrumento de estudio y el mínimo valor para el coeficiente alfa de Cronbach que se acepta es de 0.70, todo valor por debajo de 0.70 es considerada baja.

Tabla 4

Valores del Alfa de Cronbach

Valor del Alfa de Cronbach	Escala
0.90 a +	Excelente
.80 - 0.90	Bueno
0.70 - 0.80	Aceptable
0.60 - 0.70	Cuestionable
0.50 - 0.60	Débil
< - 0.40	Inaceptable

Prueba de fiabilidad de las variables

Para hallar la prueba de fiabilidad se realizó una base de datos de la siguiente manera; Una vez concluida la recopilación de los datos mediante las encuestas los datos se recogen en una carpeta Excel la cual se vaciaron al Programa SPSS para procesar los datos recopilados, una vez procesados nos dio como resultado los siguientes cuadros:

Tabla 5

Resumen de Procesamiento de Casos

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	33	100.0
	Excluido ^a	0	.0
	Total	33	100.0

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

Tabla 6

Fiabilidad de la Variable

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.924	24

Como se aprecia en el cuadro el alfa de Cronbach nos da un valor de 0.925, esto nos quiere decir que tenemos una confiabilidad elevada entre las variables clima laboral y ventas.

3.6. Procedimiento

Para la realización de la investigación se solicitará el permiso correspondiente a los inquilinos del Centro comercial Estilo Interior que a su vez son dueños de los negocios dedicados a la venta de muebles para que nos permitan realizar la encuesta a su personal de ventas y a la vez al dueño del

centro comercial para que nos conceda utilizar sus instalaciones para realizar las evaluaciones.

3.7. Método de análisis de datos

La metodología para llevar a cabo el análisis de información de los datos que se recolecten con las encuestas será llenada en una hoja de Excel para luego ser procesados mediante el programa estadístico SPSS versión 25 estas nos determinaran cual es la correlación que existe entre las dos variables que se están estudiando.

3.8. Aspectos éticos

Para la realización de esta investigación se contemplará criterios éticos profesionales tanto para la elaboración de la tesis como para la recopilación de los datos de investigación los cuales se detalló a continuación:

Mediante una carta de presentación que se adjunta en el anexo 25, se solicitara el permiso respectivo para la participación en evaluación del personal de ventas a través del cuestionario. Así mismo se explicará los lineamientos de confiabilidad en el manejo de la información la misma que garantiza que los datos que proporcionen no podrán ser utilizados por personas ajenas a esta investigación ni para otros fines, de la misma manera se detallara claramente que los datos recopilados serán utilizados únicamente para elaborar esta investigación.

Para la elaboración de este trabajo se respetaron los derechos de autoría por consiguiente se citó a los autores en la búsqueda de información científica y no se realizaron copias ni plagios en este trabajo de investigación.

En el estudio de la investigación se utilizan datos verídicos, tal como detallamos en las fuentes de referencia, de acuerdo con los autores que en ella citamos.

La información que se brinda en este trabajo es auténtica y clara y pasa por una prueba de similitud denominada Turnitin, que nos confirma la autenticidad de esta investigación.

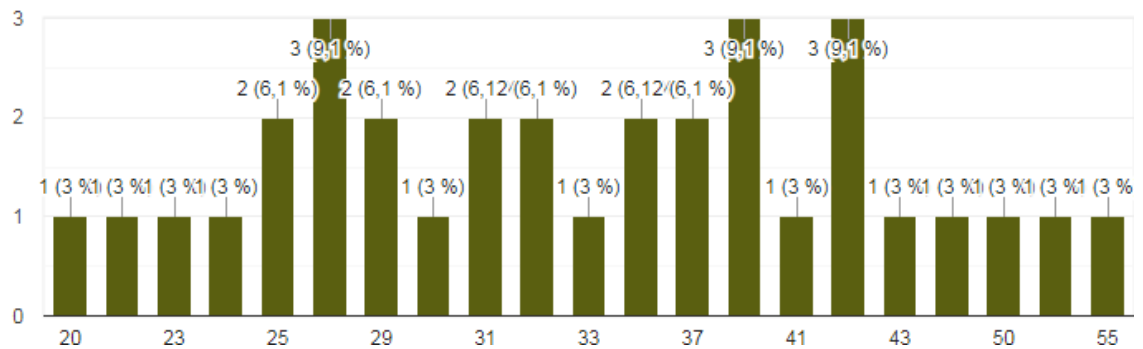
IV. RESULTADOS

Resultados de la encuesta

Aplicamos la encuesta a 33 representantes de ventas entre hombres y mujeres del centro comercial Estilo Interior y se obtuvieron los siguientes resultados.

Edad

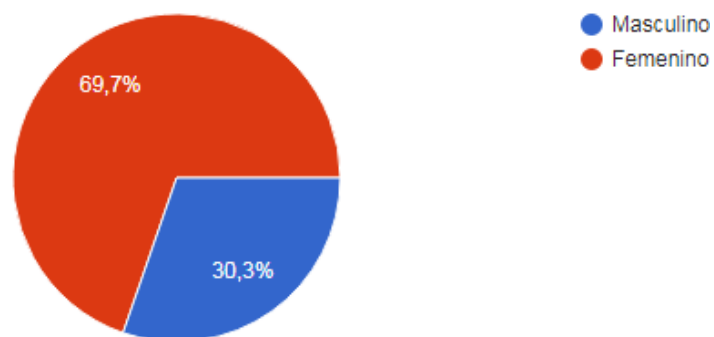
33 respuestas



Las edades se registran entre 20 y 55 años de edad, habiendo mayor porcentaje de personas entre 26, 40 y 42 años de edad.

Sexo

33 respuestas



El 69.7% del total de representantes de ventas del centro comercial estilo interior son mujeres y un 30.3% son varones.

Análisis Inferencial

Prueba de hipótesis general

Establecer como el clima laboral se relaciona con las ventas en un centro comercial de Villa el Salvador, en el año 2021; Aplicamos la prueba de correlación de Pearson para medir la relación estadística que existe entre las dos variables estudiadas clima laboral y ventas, si la correlación es positiva se interpreta que las dos variables se dirigen por la misma dirección y si la correlación es negativa no indica que van por direcciones distintas.

Tabla 7

Correlación de Hipótesis General

		Correlaciones	
		VI	VD
VI	Correlación de Pearson	1	,690**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	33	33
VD	Correlación de Pearson	,690**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	33	33

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Los resultados que obtenemos son de 0.690 (69%) esto significa que si existe un buen nivel de correlación entre nuestras dos variables clima laboral y ventas, lo que significa que si el clima laboral mejora, el nivel de ventas será optimo lo cual comprueba la hipótesis general planteada, el clima laboral si influye con las ventas en un centro comercial de Villa el Salvador en el año 2021.

Prueba de hipótesis específico 1

Establecer como el trabajo en equipo se relaciona con las de ventas en un centro comercial de Villa el Salvador, en el año 2021; Aplicamos la prueba de correlación de Pearson para medir la relación que existe entre las dos variables estudiadas trabajo en equipo y ventas.

Tabla

8

Correlación Hipótesis Específica 1

Correlaciones			
		VI	D1
VI	Correlación de Pearson	1	,936**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	33	33
D1	Correlación de Pearson	,936**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	33	33

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Los resultados que obtenemos son de 0.936 (93.6%) esto significa que existe un excelente nivel de correlación entre nuestras dos variables trabajo en equipo y ventas, lo que significa que, si el trabajo en equipo es bueno, el nivel de ventas será óptimo, con ello corrobora nuestra hipótesis específica planteada en la investigación.

Prueba de hipótesis específico 2

Establecer como el liderazgo se relaciona con las ventas en un centro comercial de Villa el Salvador, en el año 2021; Aplicamos la prueba de correlación de Pearson para medir la relación que existe entre las dos variables estudiadas liderazgo y ventas.

Tabla 9

Correlaciones			
		VI	D2
VI	Correlación de Pearson	1	,950**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	33	33
D2	Correlación de Pearson	,950**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	33	33

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Los resultados que obtenemos son de 0.950 (95%) esto significa que existe un excelente nivel de correlación entre nuestras dos variables liderazgo y ventas, lo que significa que, si el liderazgo es bueno, el nivel de ventas será óptimo, y así se demuestra la aceptación de nuestra hipótesis planteada.

Prueba de hipótesis específico 3

Establecer como la motivación se relaciona con las de ventas en un centro comercial de Villa el Salvador, en el año 2021; Aplicamos la prueba de correlación de Pearson para medir la relación que existe entre las dos variables estudiadas motivación y ventas.

Tabla 10

Correlación Hipótesis Específica 3

Correlaciones			
		VI	D3
VI	Correlación de Pearson	1	,924**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	33	33
D3	Correlación de Pearson	,924**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	33	33

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Los resultados que obtenemos son de 0.924 (92.4%) esto significa que existe un buen nivel de correlación entre nuestras dos variables motivación y ventas, lo que significa que, si hay una buena motivación hacia el personal, el nivel de ventas será óptimo, con ello comprobamos nuestra hipótesis planteada.

V. DISCUSIÓN

En este trabajo de investigación se obtuvieron resultados mediante análisis estadísticos SPSS y se determinó el objetivo general si existe relación entre clima laboral y ventas en un centro comercial del distrito de Villa el Salvador, en el año 2021.

Para cumplir el objetivo se parte del análisis de Teorías nacionales:

(Pacheco, 2017) En la tesis “Modelo de clima organizacional y su relación con el desempeño laboral en las PYMES hoteleras de Riobamba”. Claramente nos destaca un objetivo la de precisar cómo influye clima organizacional en el desempeño laboral, en este trabajo nos detalla claramente que se ha empleado con una población 50 personas del área administrativo a la cual se le denomina como población, y 96 empleados de las PYMES pertenecientes al rubro de hoteles de la ciudad de Riobamba, para lo cual se usó el diseño transversal, correlacional y no experimental, cuyo resultado nos demostró claramente la relación que se expone entre dos variables muy renombradas clima organizacional y desempeño laboral, y eso nos confirma la hipótesis principal y brindándonos un aporte en nuestro trabajo de investigación de la importancia que tiene un clima laboral óptimo para obtener un mejor desempeño del personal.

(Huamán, 2019) La tesis “Clima organizacional y el desempeño laboral de los trabajadores de Sedapal, El Agustino 2018”, Apunta a encontrar el vínculo entre dos variables frecuentemente utilizadas como son clima Organizacional y desempeño laboral. Para la realización del procedimiento se hizo de manera deductiva e hipotética, y como tipo de investigación fue de nivel básica descriptiva y correlacional el diseño fue no experimental de corte transversal y de enfoque cuantitativo. Se efectuó el estudio utilizando una población de 80 personas que trabajan en el área administrativa de la empresa en mención. Para recabar la información se empleó como técnica las encuestas y los instrumentos empleados dos cuestionarios y estos a la vez se validaron mediante la opinión de expertos y precisando la confiabilidad mediante el Alfa de Cronbach. En conclusión, de dice que el clima organizacional y desempeño laboral se precisa como correlación positiva débil, con ello se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula,

por todo ello podemos afirmar que nos queda claro que hay correlación entre las variables. Y con ello nos da importantes aportes para la realización de nuestro trabajo de investigación, nos detalla como en un buen clima laboral el personal se desempeña mejor y es más productivo para la organización.

Teorías previas internacionales:

(Antúnez, 2015) En esta investigación nace de la premisa de como un mal clima laboral puede influir de manera negativa en el rendimiento del personal. Y como meta principal nos pone al clima laboral y cómo esto influye en el rendimiento del empleado de caja de las agencias de Banesco, Para llegar al objetivo se diagnosticó las causas del clima laboral y se localizó la capacidad de rendimiento y analizo los factores del clima laboral que intervienen en el rendimiento del personal. Se basó en teorías de clima organizacional, factores, rendimiento laboral y la evaluación del desempeño. Se utilizó el tipo de investigación de campo, de tipo descriptiva, con base documental. Se trabajó con una población de 30 empleados que laboran en el área de caja. La técnica que se empleó para recolectar la información que se estudio fue la encuesta y como instrumento se empleó el cuestionario de preguntas tipo Likert que fue validado por el Alfa de Cronbach. Y las técnicas de análisis de datos que se emplearon fueron cuantitativas y cualitativas. La cual nos dio como resultado que los trabajadores de esta empresa están medianamente motivados pese a que la empresa cuenta con tecnología, una buena organización y el instrumental necesario para realizar un buen trabajo en equipo, el problema que se visualiza gracias al estudio realizado es la baja remuneración que reciben con ello no cubren sus expectativas, del mismo modo deducimos que el aspecto económico es un factor que genera gran insatisfacción en los empleados se recomienda utilizar el modelo salarial de las 3R (remuneración, recompensa y reconocimiento). Por ello podemos indicar que este trabajo nos da las claves importantes de como el aspecto económico es una manera de motivar y esta a su vez influye en el rendimiento del personal en una empresa.

(Guerrero, 2015) En la tesis "Propuesta de mejora del clima laboral y cultura

organizacional en el ministerio de coordinación de desarrollo social”, se tuvo como objetivo dar a conocer una propuesta para la mejora del clima laboral y como mejorar el compromiso de llegar a una identidad institucional y con ello obtener bienestar en el clima laboral, y esto a su vez repercutirá satisfactoriamente en la productividad de la organización, para ello se utilizó la metodología de naturaleza mixta, de tipo cuantitativo a través de la elaboración de encuestas y cualitativo con un análisis de entrevistas organizadas, mediante la observación directa, con el fin de recolectar una buena y adecuada información. Esta tesis contribuye ampliamente en nuestra investigación con importantes propuestas para mejorar el clima laboral obteniendo con ello bienestar en la organización y esta a su vez repercute en el aumento de la productividad en la empresa.

Tabla 11*Análisis de Teorías Previas*

Tesis	Conclusión	Discusión
(Pacheco, 2017) En la tesis "Modelo de clima organizacional y su relación con el desempeño laboral en las PYMES hoteleras de Riobamba".	Existe una fuerte relación entre las variables. La medición es en el área administrativa.	Empresa Privada La relación puede ser intensa, pero ¿cómo medir esa intensidad? ¿El área administrativa será relevante? O ¿lo será el área de ventas?
(Huamán, 2019) La tesis "Clima organizacional y el desempeño laboral de los trabajadores de Sedapal, El Agustino 2018"	Existe una relación débil entre las variables.	Empresa Publica La relación es débil, probablemente por ser pública, ya que no hay incentivo para producir más. Incluso puede haber cuadros depresivos, porque la rutina es total, le pagan por hacer horas.
(Antúnez, 2015)	Los trabajadores están medianamente motivados, expone que la causa probable es la baja remuneración.	Variable Interviniente El salario reduce la motivación y el clima laboral adecuado. La pregunta clave, es ¿qué significa baja remuneración?
(Guerrero, 2015) En la tesis "Propuesta de mejora del clima laboral y cultura organizacional en el ministerio de coordinación de desarrollo social"	La identidad institucional mejora el clima laboral y consecuentemente la productividad.	Identidad y Condiciones de Trabajo Mejorar la identidad de grupo no será posible si no se tienen las condiciones mínimas laborales (horas de trabajo, remuneración, medios, entre otros.)

Teorías relacionadas al tema:

Según (Singh, Chauhan, & Agrawal, 2011) "define a clima laboral como la cualidad estable del ambiente dentro de una organización que es percibido por los miembros e influye directamente en el comportamiento de los empleados de la organización". Así también (Alcover de la H, Moriano L, & Osca S, 2012) "nos definen como circunstancias ambientales que advertimos de manera consciente por las personas que laboran en una organización, las que están sometidas al control organizacional y que se interpretan en normas y en patrones de comportamiento".

Según (Philip, 2001) "nos conceptúa el termino venta como otra forma de acceso al mercado para las empresas, el cual tiene como objetivo, vender lo que hacen en lugar de hacer lo que el mercado quiere". Es un término comúnmente utilizado en todos los ámbitos de los negocios tal como nos detalla (Kotler & Armstrong, 2002) "El término ventas se utiliza tanto para denominar a la operación en sí, como al número de cosas que se venden".

Tabla 12

Análisis de Teorías de las variables

Autores	Conclusión	Discusión
(Singh, Chauhan, & Agrawal, 2011)	El clima laboral es subjetivo.	Los trabajadores perciben una realidad de clima laboral y eso les influye. Los procesos de comunicación, son vitales, para dibujar el clima laboral, ya que no hay clima laboral bueno o malo, sino percibido.
(Philip, 2001)	Es producir lo que el mercado quiere	El cliente es un agente externo al que satisface la empresa. Se supone que el cliente decide lo que quiere, pero muchas veces esa voluntad es condicionada por los medios de publicidad y estilos de vida.

Para realizar la investigación se recolectaron los datos de 33 personas del área de ventas en una encuesta realizada en el centro comercial Estilo Interior. Así como también se trabajó con 2 factores demográfico como son edad y sexo.

Lo que obtuvimos de la investigación fueron que las edades se registran entre 20 y 55 años de edad, habiendo mayor porcentaje de participantes de 26, 40 y 42 años de edad, el 69.7% del total de representantes de ventas del centro comercial estilo interior son mujeres y un 30.3% son varones.

El propósito del trabajo es demostrar el objetivo e hipótesis principal, establecer como el clima laboral se relaciona con las ventas y los resultados que obtuvimos es de 0.690 (69%) esto significa que existe un buen nivel de correlación entre nuestras dos variables clima laboral y ventas, lo que significa que si el clima laboral mejora, el nivel de ventas será óptimo.

Según la investigación de (Pacheco, 2017) puntualizo estadísticamente en su investigación el valor de correlación de sus variables clima organizacional y desempeño laboral es de 0.713, llegando a la conclusión de que, si influye en clima organizacional en el desempeño laboral en las PYMES hoteleras de Riobamba, lo cual coincide con nuestra investigación realizada.

De la misma manera (Bustamante Agip, 2017) demostró en su investigación que la percepción del docente en cuanto a clima organizacional en su centro de labores es de nivel medio 66.67% de la muestra, hay una correlación significativa entre las dos variables estudiadas por ello si mejora el clima laboral esto reflejaría positivamente en el desempeño del docente.

Así mismo tenemos fuentes teóricas que apoyan nuestra hipótesis. Según (Singh, Chauhan, & Agrawal, 2011) "define a clima laboral como la cualidad estable del ambiente dentro de una organización que es percibido por los miembros e influye directamente en el comportamiento de los empleados de la organización".

Así también (Alcover de la H, Moriano L, & Osca S, 2012) "nos definen como circunstancias ambientales que advertimos de manera consciente por las personas que laboran en una organización, las que están sometidas al control

organizacional y que se interpretan en normas y en patrones de comportamiento”.

Para el autor (Payne, 2014) las estrategias en ventas son una pieza fundamental que las empresas deben aplicar para llegar al éxito empresarial ya que a mayor incremento de ventas los ingresos son mayores y con ello se cumplen con los compromisos adquiridos en la organización, y esto le permite a la empresa establecer una buena relación con sus clientes y personal a cargo, por ello es importante tener objetivos y metas y una adecuada planificación a corto, mediano y largo plazo para poder cumplir las metas establecidas de manera eficiente.

Mantener un buen ambiente laboral es un indicio de que en la empresa hay un buen liderazgo el personal del área de ventas es un recurso humano fundamental para la organización es el buen manejo de ese recurso el que llevara a la empresa al éxito, si ese grupo de ventas labora en un ambiente agradable, sin conflictos y con un buen programa de incentivos, ellos responderán bien a la empresa y eso se verá reflejado en el trabajo que realizan y en el incremento de utilidades que generaran para la empresa.

El objetivo específico e hipótesis específica 1 establecer como el trabajo en equipo se relaciona con las de ventas para ello obtuvimos el resultado de 0.936 (93.6%) esto significa que existe un excelente nivel de correlación entre nuestras dos variables trabajo en equipo y ventas, lo que significa que, si el trabajo en equipo es bueno, obtendremos una mejora en las ventas.

En el trabajo de investigación del autor (Antúñez, 2015) nos demuestra el clima laboral como factor clave para optimizar el rendimiento laboral su objetivo permitió conocer que un 80% buscan que los empleados trabajen en equipo, con ello podemos sustentar nuestra investigación de la importancia que es el trabajo en equipo y cómo este influye en el desempeño laboral.

En este otro trabajo de investigación por el autor (Méndez Escobar, 2017) nos da a conocer que existe una correlación alta 0.696 siendo esta una correlación positiva entre capacitación del personal (dentro de esta variable está el trabajo en equipo), y ventas, con esto reforzamos nuestra investigación y damos a conocer

de la importancia del trabajo en equipo en una organización y como esta influye significativamente en el desempeño del área de ventas.

Así también tenemos una definición del autor (Acosta, 2011) nos detalla “Es una agrupación de personas en el cual se observa un significativo aumento en el rendimiento laboral, y esta se enfoca en la productividad colectiva. Por ello interesado en precisar un objetivo común con metas de productividad dentro de su organización”.

El objetivo de trabajar en equipo es que un conjunto de personas con ideas, capacidades y habilidades comunes puedan realizar los trabajos de manera más eficiente para obtener resultados favorables para la organización, para ello es de suma importancia que este dirigidos por un líder que saque las fortalezas y habilidades de cada miembro del equipo, los empodere y promueva la equidad y la amistad entre los miembros del grupo.

El objetivo e hipótesis específico 2 establecer como el liderazgo se relaciona con las ventas, los resultados que obtenemos son de 0.950 (95%) esto significa que existe un excelente nivel de correlación entre nuestras dos variables liderazgo y ventas, lo que significa que, si el liderazgo es bueno, el nivel de ventas será óptimo.

Coincidiendo con la investigación realizada por (Viscarra Álvarez, 2016) a la empresa Omnilife de Bolivia S.A. sobre el estudio e intervención de la cultura organizacional mediante el modelo de David Kolb, que busca cambios en la persona mediante experiencias, reflexiones, generalizaciones y acciones. con ello nos da importantes aportes de las soluciones planteadas en la investigación como son la importancia de la buena comunicación, trabajo en equipo, valores y liderazgo; siendo este último el que refuerza a nuestro planteamiento en la investigación.

El resultado de la investigación realizada por el autor (Guevara Pazmiño, 2018) en la unidad educativa privada “La Dolorosa” sobre nivel de satisfacción en ese centro de estudios contempla una serie de factores que inciden en la satisfacción del personal estas son las relaciones interpersonales, trabajo en equipo, conflictos, incentivos, identidad y liderazgo, para ello se sugiere aplicar estrategias que contribuyan en la mejora del clima laboral.

Así mismo Según (Joel M. Podolny, 2004) el liderazgo tiene un impacto en el desempeño que trasciende el impacto de la gestión. Por ello concluimos que (P. Ponce, 2014) el liderazgo es un factor determinante que influye en la sensación que tienen los empleados del clima organizacional.

El liderazgo es la cualidad que tiene una persona para influir en los demás y conseguir a través de ellos alcanzar los objetivos establecidos por la organización, llevar a su equipo a incrementar los beneficios de la empresa, mejorar el clima laboral y alcanzar el éxito.

El objetivo e hipótesis específico 3 establecer como la motivación se relaciona con las ventas Los resultados que obtenemos es de 0.924 (92.4%) esto significa que existe un buen nivel de correlación entre nuestras dos variables motivación y ventas, lo que significa que, si hay una buena motivación hacia el personal, el nivel de ventas será óptimo.

En la discusión de este objetivo el autor (Antúnez, 2015) muestra coincidencia entre los objetivos planteados ya que en esta investigación el autor sugiere que se motive a los trabajadores mediante el modelo salarial de las 3R (remuneración, reconocimiento y recompensa).

El trabajo realizado por (Huamán, 2019) a los trabajadores de Sedapal sobre clima organizacional y desempeño laboral, coincide con lo investigado en esta tesis sobre la importancia de tener un buen clima laboral y para ello el personal debe estar motivado para que pueda cumplir sus funciones satisfactoriamente.

Por otro lado, según (Robbins, 2004) nos dice la motivación se fundamenta en experiencias y habilidades de la vida de un ser humano, que influye en la persistencia, dirección y la fuerza del trabajo que destina en las acciones que ejecuta por algún motivo, ya sea por sugerencia del exterior o de un líder. La motivación se da de manera interna en cada persona.

La motivación es un factor muy importante para el buen desempeño del personal es primordial que los empleados estén motivados a la hora de realizar sus trabajos y lo realicen en un ambiente favorable y proactivo, tener personal

motivado es tener un personal comprometido con la empresa.

La discusión concluye en que siendo clima laboral una variable subjetiva y ventas una variable objetiva numérica, requiere de una interpretación en la cual hay multivariantes cuantitativas y cualitativas, la encuesta realizada nos dice que, si hay relación entre las variables, pero hay que considerar que son válidas para las empresas que tienen las condiciones básicas laborales bien satisfechas.

Por otro lado, hay un factor cultural, hay trabajadores que por desconocimiento o costumbre aceptan condiciones laborales mínimas o inexistentes y aun así tienen una alta productividad y buen clima laboral.

VI CONCLUSIONES

Se demuestra que existe claramente una relación entre clima laboral y ventas en el centro comercial de villa el salvador y queda demostrado con un coeficiente de correlación de 0.690, este valor nos indica que la relación es moderada y por ello la hipótesis planteada es aceptada, y sus variables van en una misma dirección la asociación entre ellas es positiva y existe una relación directa.

Se demuestra que existe una importante relación entre trabajo en equipo y ventas en el centro comercial de villa el salvador y queda demostrado con un coeficiente de correlación de 0.936, este valor nos indica que hay un nivel fuerte y la relación es directa, lo que significa que la hipótesis específica 1 es aceptada.

Se demuestra que existe una importante relación entre liderazgo y ventas en el centro comercial de villa el salvador y queda demostrado con un coeficiente de correlación de 0.950, esto nos indica que la relación es directa y el nivel fuerte, lo que significa que la hipótesis específica 2 es aceptada.

Se demuestra que existe una importante correlación entre motivación y ventas en el centro comercial de villa el salvador y queda demostrado con un coeficiente de correlación de 0.924, así mismo se puede observar que la relación es directa y el nivel de correlación es fuerte, lo que significa que la hipótesis específica 3 es aceptada.

VII RECOMENDACIONES

Mejorar el clima laboral, mediante la identificación de las expectativas de los trabajadores, escuchando sus necesidades, intereses, conocer sus percepciones que tienen de la empresa, conocer sus opiniones sobre el trabajo, involucrarlos en el diseño de estrategias y acciones de la empresa promoviendo una buena comunicación mediante la interacción entre los trabajadores.

Fomentar el trabajo en equipo mediante dinámicas de trabajo, que cada miembro de la empresa tenga definido su función dentro de la organización y su responsabilidad en ella, es importante el apoyo de la empresa hacia los integrantes de la organización y ello debe ser de ambas partes para crear un buen clima organizacional.

Promover una buena cultura organizacional y con ello un buen ambiente de trabajo es necesario la participación de buenos líderes que tengan la capacidad para dirigir al personal, incentivarlos para llegar las metas establecidas mediante el desarrollo de estrategias competitivas en la empresa.

Motivar al personal aplicando estrategias de motivación, como son el aumento de mejoras laborales, participaciones, reconocimientos, entre otros. Con ello se quiere que los miembros de la organización aumenten el rendimiento de su desempeño y cumplan los objetivos establecidos de manera eficiente.

REFERENCIAS

- Acosta, J. (2011). *Trabajo en equipo*. Madrid, España: ESIC Editorial
https://www.esic.edu/editorial/editorial_producto.php?t=Trabajo+en+equipo&isbn=9788473567947.
- Alcover de la H, C., Moriano L, J., & Osca S, A. y. (2012). *Psicología del Trabajo*. Madrid, España: Edición Digital de la Universidad Nacional de Educación a Distancia.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=567515>.
- Antúnez, Y. (2015). *El clima organizacional como factor clave para optimizar el rendimiento laboral de los empleados del area de cajas de la agencia de servicios bancarios BANESCO ubicadas en la ciudad de Maracay, estado de Aragua*. La Morita:
<http://riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/1803/1/yantunez.pdf>.
- Arbaiza Fermini, L. (2019). *Cómo elaborar una tesis de grado*. Perú: Esan.
- Arbaiza Fermini, L. (2019). *Cómo elaborar una tesis de grado*. Perú: ESAN.
<https://www.esan.edu.pe/publicaciones/libros/2019/como-elaborar-tesis-grado/>.
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación: Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales (Cuarta ed.)*. Bogota: Pearson. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2016-pdf.pdf>.
- Bustamante Agip, V. J. (2017). *Clima organizacional y desempeño del docente en un instituto técnico de Lima, noviembre 2016*. Lima:
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/7650>.
- Calle, J. J. (2021). Ventas en los centros comerciales están por debajo de lo normal. *Mercado negro*.
- Carrascosa, J. (2011). *Trabajar y competir en equipo*. España: Netbiblo. S.L
https://www.libreriadeportiva.com/libro/trabajar-y-competir-en-equipo-el-metodo-sabercompetir_65581.
- Chiavenato, I. (1992). Comportamiento organizacional. En I. Chiavenato, *Comportamiento organizacional* (pág. 56). México: Grupo Editorial Ibero América S. A.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humanos (9° ed)*. Mc Graw Hill.
- Chunga, Z. E. (2019). *Influencia de los recursos, capacidades y orientación emprendedora en el desempeño económico de las Pymes rurales en Andahuaylillas, Ccatca y Ocongate en Cuzco - Perú*. Nuevo León - México. <https://www.administracion.usmp.edu.pe/revista-digital/numero-3/efecto-de-la-orientacion-emprendedora-y-el-uso-de-las-tics-en-el-desempeno-empresarial-de-mypes-rurales-de-comercio-y-produccion-de-cusco-peru/>.

- Cornell, F. (1955). *Socially perceptive administration*.
https://www.ingebook.com/ib/NPcd/IB_BooksVis?cod_primaria=1000187&codigo_libro=6870.
- David, F. R. (2017). *Conceptos de Administración Estratégica. (15ta ed.)*. México: Pearson educación https://www.ingebook.com/ib/NPcd/IB_BooksVis?cod_primaria=1000187&codigo_libro=6870.
- Findley-Musgrove, C. E. (2014). Examining the influence of strategic profit emphases on employee engagement and service climate. *Journal of Workplace Learning*, 26.
- Franek, M. &. (2008). Personal characteristics and job satisfaction. *Ekonomika a management*, vol. 4, pp. 63-76.
- Frías-Navarro, D. (2020). *Apuntes de consistencia interna de las puntuaciones de un*. España.
<https://www.uv.es/~friasnav/AlfaCronbach.pdf>: Universidad de Valencia.
- Galeano M., M. E. (2020). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*. Bogota: Universidad EAFIT.
- García, G. G. (2020). como adaptar estrategias de venta a la nueva normalidad. *Conexión Esan*, <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2020/10/07/como-adaptar-una-estrategia-de-ventas-a-la-nueva-normalidad/>.
- George, D. &. (2003). *SPSS for windows: Step by step. A simple guide and reference 11.0 update*. Boston EEUU: Allyn and Bacon.
- Gerrero, H. R. (2015). *Propuesta de mejora del clima laboral y cultura organizacional en el ministerio de coordinación de desarrollo social*. Sangolqui.
- Greatplacetowork. (2021). Los mejores lugares para trabajar. www.greatplacetowork.com.pe.
- Guevara Pazmiño, X. (2018). *Clima organizacional: nivel de satisfacción en la Unidad Educativa Particular La Dolorosa*. Ecuador. <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/6169>.
- Gurmendi, R. P. (2019). Clima laboral ¿Que impacto tienen en las empresas? *Conexión Esan*, <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2019/09/clima-laboral-que-impacto-tiene-en-las-empresas/#:~:text=%22El%20clima%20laboral%20puede%20afectar,el%20compromiso%20con%20la%20compa%C3%B1a%20C3%ADa%22>.
- Gutiérrez, H. (2010). *Calidad total y productividad (3ª ed.)*. México: McGraw-Hill.
- Hernández, R. F. (2010). *Metodología de la investigación (5ta edición)*. México D.F.: McGraw-Hill.
https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf.

- Hernández, R., & P., F. C. (2017). *Metodología de la investigación. (5ª ed.)*. Santa Fe. México: Mc Graw – Hill.
<https://dspace.scz.ucb.edu.bo/dspace/bitstream/123456789/21401/1/11699.pdf>.
- Holloway, J. (2012). Leadership behavior and organizational climate: An empirical study in a non-profit organization. *Emerging Leadership Journeys*, vol. 5, No. 1, pp. 9-35.
- Huamán, M. P. (2019). *Clima Organizacional y el desempeño laboral de los trabajadores de Sedapal, El Agustino 2018*. Lima - Perú.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/31369>.
- Joel M. Podolny, R. K.-P. (2004). Revisiting the Meaning of Leadership. *Harvard University*.
- Kotler, P. (2003). *Dirección de Marketing Conceptos Esenciales*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P. (2006). *Dirección de Mercadotecnia Novena Edición*. México: Pearson educación.
<https://anafuenmayorsite.files.wordpress.com/2017/08/libro-kotler.pdf>.
- Kotler, P. S. (2008). *Strategic marketing for health care organizations*. San Francisco: CA: Editorial Jossey-Bass.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2002). *Fundamentos de marketing 6ª Ed*. Madrid, España: Ed. Pearson Educación S.A.
- León, R. A. (2020). *El proceso de investigación científica (2 edición)*. Alianza Editorial.
- Likert, R. (1932). *A technique for the measurement of attitudes*. *Archives of Psychology*. New York: Columbia University.
- Manager. (2018). Como la tecnología puede afectar el clima laboral. *Manager blogs*,
<https://manager.cl/blogs/como-el-clima-laboral-afecta-en-la-productividad-empresarial/>.
- Mandomedio, P. b. (2020). Clima laboral en Latinoamérica. *Mandomedio*.
- Méndez Escobar, M. J. (2017). *Las ventas y la capacitación en la empresa Atento Perú, La Molina - 2016*. Lima.
- Ñaupas Paitán, H. V. (2018). *Metodología de la Investigación. Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis*. Bogota: Ediciones de la U.
- Otzen, T. M. (2017). *Técnicas de muestreo sobre una población a estudio*. Chile:
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>.
- P. Ponce, S. P. (2014). Liderazgo femenino y clima organizacional, en un instituto universitario. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 9.

- Pacheco, H. G. (2017). *Modelo de clima organizacional y su relación con el desempeño laboral en las PYMES hoteleras de Riobamba*. Lima.
<https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/6880>.
- Payne, A. &. (2014). Developing superior value propositions: a strategic marketing imperative. *Journal of Service Management*, 213-217.
- Pérez, J. (2011). *Estilos de liderazgo y su eficacia en la administración pública mexicana*. México: Lulu Enterprises Inc., p. 288.
https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/662373/ayoub_perez_jose_luis.pdf.
- Philip Kotler, K. K. (2006). *Dirección de marketing*. México: Pearson educación.
- Philip, K. (2001). *Dirección de mercadotecnia*. México: Pearson Educación.
- Ricardo, R. (1997). *Marketing*. Editora Palmir E.I.R.L.
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento organizacional*. México: Pearson Education Inc, p. 704.
- Robins, S. (2005). *Management of organizational behavior*. Mexico: Pearson Education Inc., p. 28.
- Sánchez, H. &. (2015). *Metodología y diseño en la investigación científica*. Lima: Visión Universitaria.
- Singh, R. C. (2011). Impact of organizational climate on job satisfaction. A comparative study.
<https://www.semanticscholar.org/paper/IMPACT-OF-ORGANISATIONAL-CLIMATE-ON-JOB-%E2%80%93-A-STUDY-Singh-Chauhan/d6ade6da458e79d736643b45d96f0881089a1ccd>.
- Singh, R., Chauhan, A., & Agrawal, S. &. (2011). Impact of organizational climate on job satisfaction. A comparative study. *International Journal of Computer Science and Management Studies*, vol, 11, No. 2, pp. 9-18.
- Ugarte, T. Y. (2015). La administración del talento humano. *Revista Caribeña de ciencias sociales.*, 10-19.
- Vara Horna, A. A. (2015). *7 pasos para elaborar una tesis. Como elaborar y*. Lima: MACRO.
https://www.academia.edu/18635649/Siete_pasos_para_una_tesis_exitosa_Desde_la_id_ea_inicial_hasta_la_sustentaci%C3%B3n.
- Vara-Horna, A. (2012). “Desde La Idea hasta la sustentación: Siete pasos para una tesis exitosa. *Un método efectivo para las ciencias empresariales*”. Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres., 451.
- Vara-Horna, A. (2012). “Desde La Idea hasta la sustentación: Siete pasos para una tesis exitosa. *Un método efectivo para las ciencias empresariales*”. Instituto de Investigación de la Facultad

de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres., 451.

Vikas, M. &. (2017). Organisational climate: a conceptual perspective. *International Journal of Management*, 276-293.

Villacorta Aspajo, B. J. (2020). *Atención al cliente y nivel de ventas en la empresa consorcio & asociados SAC. en la ciudad de Tarapoto, 2019.* Tarapoto.

Viscarra Alvarez, R. J. (2016). *Estudio e intervención de la cultura organizacional caso: empresa Omnilife de Bolivia S.A.* La Paz - Bolivia.

<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/322>.

Yoplack Zumaeta, D. (2019). *Análisis del comportamiento de compra y su influencia en las ventas del restaurante MR. SUSHI.* Lima. <http://repositorio.unfv.edu.pe/handle/UNFV/3319>.

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: “Influencia del clima laboral en las ventas en un centro comercial del distrito Villa el Salvador, 2021”

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	CATEGORÍA	SUB CATEGORÍA	TÉCNICA	INSTRUMENTO	
<p>Problema General:</p> <p>¿De qué manera el clima laboral influye en las ventas en el centro comercial Estilo Interior en el año 2021?</p> <p>Problemas Específicos:</p> <p>¿De qué manera el trabajo en equipo influye en las ventas en el centro comercial Estilo Interior en el año 2021?</p> <p>¿De qué manera el liderazgo influye en las ventas en el centro comercial Estilo Interior en el año 2021?</p> <p>¿De qué manera la motivación influye en las ventas en el centro comercial Estilo Interior en el año 2021?</p>	<p>Objetivo general:</p> <p>Determinar como el clima laboral se relaciona con las ventas en el centro comercial Estilo Interior, en el año 2021.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Determinar como el trabajo en equipo se relaciona con las ventas en el centro comercial Estilo Interior, en el año 2021.</p> <p>Determinar como el liderazgo se relaciona con las ventas en el centro comercial Estilo Interior, en el año 2021.</p> <p>Determinar como la motivación se relaciona con las ventas en el centro comercial Estilo Interior, en el año 2021.</p>	<p>Hipótesis general:</p> <p>el clima laboral influye significativamente con las ventas en el centro comercial Estilo Interior, en el año 2021.</p> <p>Hipótesis específicas:</p> <p>El trabajo en equipo influye significativamente con las ventas en el centro comercial Estilo Interior, en el año 2021.</p> <p>El liderazgo influye significativamente con las ventas en el centro comercial Estilo Interior, en el año 2021.</p> <p>La motivación influye significativamente con las ventas en el centro comercial Estilo Interior, en el año 2021.</p>	<p>1: Clima laboral</p> <p>2: ventas</p>	<p>Trabajo en equipo. Liderazgo. Motivación.</p> <p>Plan de marketing digital.</p> <p>Estrategias de venta.</p>	<p>Encuesta</p>	<p>Guía de entrevistas.</p> <p>Ámbito de Aplicación: Centro Comercial Estilo Interior. Lím. año 2021.</p> <p>Forma de Administración: Individual.</p>	
						<p>NIVEL - DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</p> <p>TIPO: Aplicada</p> <p>ENFOQUE: Cuantitativo.</p> <p>DISEÑO: No experimental.</p> <p>NIVEL: Correlacional.</p>	<p>POBLACIÓN Y MUESTRA</p> <p>Población: 60</p> <p>Muestra: 33</p>

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Matriz de Operacionalización

Variable: Clima Laboral

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala de Medición
Clima laboral	"son factores ambientales percibidos de manera consciente por las personas que trabajan en ellos, los cuales se encuentran sujetos al control organizacional y que se traducen en normas y en pautas de comportamiento" (Alcover de la H, Moriano L, & Osca S, 2012)	"Se define operacionalmente mediante el puntaje general demostrado a través de la medición de sus dimensiones: supervisión, comunicación, condiciones laborales, autorrealización e involucramiento" (Rivas, 2006)	Trabajo en equipo	Comunicación, nivel de desempeño.	1-4	Totalmente en desacuerdo = 1
			Liderazgo	Visión, reconocimiento de equipo, resolución de conflictos.	5-10	Desacuerdo = 2
			Motivación	Equidad en la remuneración, formación y desarrollo y reconocimiento.	11-16	Ni de acuerdo ni en desacuerdo= 3
			Plan de marketing	Valor del cliente, coste por LEAD.	17-20	De acuerdo = 4
Estrategia de ventas	Clientes nuevos, satisfacción del cliente.	21-24		Totalmente de acuerdo = 5		
	ventas	"la venta promueve un intercambio de productos y servicios" (Reid, 1973)				Técnica e Instrumento
Entrevista/ cuestionario						

ENCUESTA

Título de investigación: Influencia del clima laboral en las ventas en un centro comercial del distrito Villa el Salvador, 2021

Objetivo: Evaluar la influencia del clima laboral en las ventas en un centro comercial del distrito Villa el Salvador, 2021

Instrucciones: Lea cuidadosamente cada una de las preguntas y marque con una X en la casilla correspondiente a la respuesta que mejor describa su opinión.

Sexo: M () F ()

Edad:

Valoración: 1 Totalmente en desacuerdo
2 En desacuerdo
3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4 De acuerdo
5 Totalmente de acuerdo

CLIMA LABORAL

		TRABAJO EN EQUIPO					
	N°		1	2	3	4	5
X.1.1	1	¿El trabajo en equipo es fomentado como estrategia de ventas?					
X.1.1	2	¿Su jefe recibe de manera positiva, Las sugerencias que usted da en el trabajo?					
X.1.2	3	¿Usted participa en la definición de las acciones y objetivos de su organización?					
X.1.2	4	¿Usted cree que reconocen su potencial?					
		LIDERAZGO					
X.2.1	5	¿Conoce cuál es la visión de la empresa?					
X.2.1	6	¿Usted sabe cuál es la misión que tiene en la empresa?					
X.2.2	7	¿Existe comunicación directa y fluida en las diferentes áreas de la organización?					
X.2.2	8	¿Su jefe tiene una actitud abierta para escuchar sus opiniones?					
X.2.3	9	¿Cree que la conducta de su superior muestra coherencia entre lo que dice y lo que hace?					
X.2.3	10	¿Usted se siente a satisfecho de formar parte de la empresa?					

MOTIVACIÓN							
X.3.1	11	¿Piensa que tiene la capacidad para ganar más en otras organizaciones?					
X.3.1	12	¿Usted piensa que su remuneración va de acuerdo al trabajo que realiza?					
X.3.2	13	¿En su organización le ofrecen posibilidades para su desarrollo profesional?					
X.3.2	14	¿Realiza capacitaciones por su cuenta?					
X.3.3	15	¿La empresa se preocupa por los empleados?					
X.3.3	16	¿Usted tiene el reconocimiento y apoyo de su organización?					
VENTAS							
PLAN DE MARKETING DIGITAL							
Y.1.1	17	¿La empresa se preocupa por los clientes?					
Y.1.1	18	¿Realizan el servicio post venta?					
Y.1.2	19	¿Tiene conocimiento de las estrategias de venta de la empresa?					
Y.1.2	20	¿Usted tiene experiencia en gestión de redes sociales?					
ESTRATEGIA DE VENTAS							
Y.2.1	21	¿Existe alguna estrategia para reforzar el trabajo en Equipo?					
Y.2.1	22	¿Tienes conocimiento de tu público objetivo?					
Y.2.2	23	¿La empresa tiene buena experiencia en servicio al cliente?					
Y.2.2	24	¿Comprendes las necesidades del cliente?					

Anexo 3 Encuesta

FICHA TÉCNICA DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS APLICADOS

ASPECTOS	DESCRIPCIÓN
Tipo de instrumento:	Encuesta estructurada
Cantidad de ítems:	24
Escala:	Ordinal
Tipo de respuesta:	Cerrada
Variables y dimensiones:	X: Clima laboral X1: Trabajo en equipo X2: Liderazgo X3: Motivación Y: Ventas Y1: Plan de marketing digital Y2: Estrategia de ventas
Participantes:	33 representantes de venta
Tiempo estimado de aplicación:	30 minutos por encuesta
Escala de medición	1 totalmente en desacuerdo 2 En desacuerdo 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 De acuerdo 5 totalmente de acuerdo)
Niveles	Favorable (<= 64) Desfavorable (65 - 72) Muy desfavorable (73+)

Anexo 4 Ficha técnica de recolección de datos

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1. ¿El trabajo en equipo es fomentado como estrategia de ventas?	92.24	272.439	.704	.919
2. ¿Su Jefe recibe de manera positiva, Las sugerencias que usted da en el trabajo?	92.18	267.091	.769	.918
3. ¿Usted participa en la definición de las acciones y objetivos de su organización?	92.91	264.710	.630	.921
4. ¿Usted cree que reconocen su potencial?	92.48	264.883	.749	.918
5. ¿Conoce cuál es la visión de la empresa?	92.82	261.653	.664	.920
6. ¿Usted sabe cuál es la misión que tiene en la empresa?	92.24	263.689	.750	.918
7. ¿Existe comunicación directa y fluida en las diferentes áreas de la organización?	91.91	280.585	.724	.920
8. ¿Su Jefe tiene una actitud abierta para escuchar sus opiniones?	91.64	289.051	.442	.923
9. ¿Cree que la conducta de su superior muestra coherencia entre lo que dice y lo que hace?	91.88	290.235	.390	.924
10. ¿Usted se siente satisfecho de formar parte de la empresa?	91.73	284.392	.721	.921
11. ¿Piensa que tiene la capacidad para ganar más en otras organizaciones?	91.33	297.417	.220	.926

12. ¿Usted piensa que su remuneración va de acuerdo al trabajo que realiza?	92.73	260.830	.770	.917
13. ¿En su organización le ofrecen posibilidades para su desarrollo profesional?	92.27	262.517	.785	.917
14. ¿Realiza capacitaciones en su organización?	92.61	279.684	.505	.923
15. ¿La empresa se preocupa por los empleados?	91.79	279.922	.732	.920
16. ¿Usted tiene el reconocimiento y apoyo de su organización?	91.91	284.148	.503	.923
17. ¿La empresa se preocupa por los clientes?	91.27	298.267	.190	.926
18. ¿Realizan el servicio post venta?	91.48	309.320	-.206	.932
19. ¿Tiene conocimiento de las estrategias de venta de la empresa?	92.36	258.301	.802	.917
20. ¿Usted tiene experiencia en gestión de redes sociales?	91.21	298.797	.212	.926
21. ¿Existe alguna estrategia para reforzar el trabajo en Equipo?	92.09	267.960	.762	.918
22. ¿Tienes conocimiento de tu público objetivo?	91.76	271.189	.799	.918
23. ¿La empresa tiene buena experiencia en servicio al cliente?	91.30	299.093	.141	.927
24. ¿Comprendes las necesidades del cliente?	91.15	299.133	.209	.926

Anexo 5

**DOCUMENTOS PARA VALIDAR LOS INSTRUMENTOS DE
MEDICIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS**



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Mgtr. Mario Enrique Arauco Loyola

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la maestría en administración de negocios la UCV, filial de Lima Norte, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título Magister en administración de negocios.

El título del proyecto de investigación es: "Influencia del clima laboral en las ventas de un centro comercial del distrito Villa el Salvador, 2021" 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 tema de Administración y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

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

Atentamente.

Rosa Pucllas Navarro

D.N.I: 09718568

Definición conceptual de las variables y dimensiones

I. Variable clima laboral:

“son factores ambientales percibidos de manera consciente por las personas que trabajan en ellos, los cuales se encuentran sujetos al control organizacional y que se traducen en normas y en pautas de comportamiento” (Alcover de la H, Moriano L, & Osca S, 2012)

Dimensiones

Trabajo en equipo:

“El trabajo en equipo se refiere a una serie de estrategias, procedimientos y metodologías que utiliza un grupo humano para lograr las metas propuestas”. (Whetten, 2017)

Liderazgo :

“Capacidad para generar compromiso y lograr el respaldo de sus superiores con vistas a enfrentar con éxito los desafíos de la organización” (Alles, 2012)

Motivación:

“procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza una persona para alcanzar un objetivo”. (Robbins S y Judge, 2017)

II. Ventas:

“toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio”. Ambos autores señalan además, que es “en este punto (la venta), donde se hace efectivo el esfuerzo de las actividades anteriores (investigación de mercado, decisiones sobre el producto y decisiones de precio)”. (Espejo, 2004)



Dimensiones

Plan de marketing digital

“El plan de marketing es una guía escrita que orienta las actividades de marketing en un año para una unidad estratégica de negocios o aun producto/mercado” (Rivera, 2007)

Estrategia en ventas

“el buen rendimiento cualquier compañía está determinado por el éxito de las estrategias que se implementen, para lo cual en primera instancia debe surgir un estudio del entorno, dando significación a las situaciones y señales para que, a partir de la maximización de recursos internos, se alcance la ventaja competitiva”. (León Valbuena, 2013)



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide Influencia del clima laboral en las ventas

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	
DIMENSIÓN 1: TRABAJO EN EQUIPO														
1	¿El trabajo en equipo es fomentado como estrategia de ventas?				X				X					X
2	¿Su Jefe recibe de manera positiva, Las sugerencias que usted da en el trabajo?				X				X					X
3	¿Usted participa en la definición de las acciones y objetivos de su organización?				X				X					X
4	¿Usted cree que reconocen su potencial?				X				X					X
Aunque es una pregunta que sirve para análisis cualitativo, es muy subjetiva para trabajo en equipo.														
DIMENSIÓN 2: LIDERAZGO														
5	¿Conoce cuál es la visión de la empresa?				X				X					X
6	¿Usted sabe cuál es la misión que tiene en la empresa?				X				X					X
7	¿Existe comunicación directa y fluida en las diferentes áreas de la organización?				X				X					X
8	¿Su Jefe tiene una actitud abierta para escuchar sus opiniones?				X				X				X	
9	¿Cree que la conducta de su superior muestra coherencia entre lo que dice y lo que hace?				X				X					X
10	¿Usted se siente a satisfecho de formar parte de la empresa?				X				X					X
Esta pregunta es muy potente.														
DIMENSIÓN 3: MOTIVACION														
11	¿Piensa que tiene la capacidad para ganar más en otras organizaciones?				X				X					X
Se asume que la remuneración es un factor de motivación, pregunta tendenciosa a decir SI.														
12	¿Usted piensa que su remuneración va de acuerdo al trabajo que realiza?				X				X					X
Adecuada a motivación y equilibrio entre lo que hace y lo que recibe.														
13	¿En su organización le ofrecen posibilidades para su desarrollo profesional?				X				X					X
14	¿Realiza capacitaciones por su cuenta?				X				X					X
15	¿La empresa se preocupa por los empleados?				X				X					X
16	¿Usted tiene el reconocimiento y apoyo de su organización?				X				X					X
Pregunta potente que evidencia grado de satisfacción del empleado.														
DIMENSIÓN 4: PLAN DE MARKETING DIGITAL														
17	¿La empresa se preocupa por los clientes?				X				X				X	
18	¿Realizan el servicio post venta?				X				X					X
19	¿Tiene conocimiento de las estrategias de venta de la empresa?				X				X					X
20	¿Usted tiene experiencia en gestión de redes sociales?				X				X					X
DIMENSIÓN 5: ESTRATEGIA DE VENTAS														
21	¿Existe alguna estrategia para reforzar el trabajo en Equipo?				X				X					X
22	¿Tienes conocimiento de tu público objetivo?				X				X					X
23	¿La empresa tiene buena experiencia en servicio al cliente?				X				X					X
24	¿Comprendes las necesidades del cliente?				X				X					X
Pregunta de auto reflexión importante.														



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador: **Mg Mario Enrique Arauco Loyola.** **DNI: 06297492**

Especialidad del validador: **Administración y Dirección de Empresas**

Lima, 08 de Mayo del 2021

- 1 Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- 2 Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- 3 Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

Firma del Experto Informante.
Administración y Dirección de Empresas



ENCUESTA

Edad: _____ Sexo: M () F ()

INSTRUCCIONES: A continuación encontrarás afirmaciones sobre maneras de pensar, sentir y actuar. Lee cada una con mucha atención; luego, marca la respuesta que mejor te describe con una X según corresponda. Recuerda, no hay respuestas buenas, ni malas. Contesta todas las preguntas con la verdad.

OPCIONES DE RESPUESTA:

- 1 - Totalmente en desacuerdo
- 2 - Desacuerdo
- 3 - Ni de acuerdo ni desacuerdo
- 4 - De acuerdo
- 5 - Totalmente de acuerdo

Nº	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
1.	¿El trabajo en equipo es fomentado como estrategia de ventas?					
2.	¿Su Jefe recibe de manera positiva, Las sugerencias que usted da en el trabajo?					
3.	¿Usted participa en la definición de las acciones y objetivos de su organización?					
4.	¿Usted cree que reconocen su potencial?					
5.	¿Conoce cuál es la visión de la empresa?					
6.	¿Usted sabe cuál es la misión que tiene en la empresa?					
7.	¿Existe comunicación directa y fluida en las diferentes áreas de la organización?					
8.	¿Su Jefe tiene una actitud abierta para escuchar sus opiniones?					
9.	¿Cree que la conducta de su superior muestra coherencia entre lo que dice y lo que hace?					
10.	¿Usted se siente a satisfecho de formar parte de la empresa?					
11.	¿Piensa que tiene la capacidad para ganar más en otras organizaciones?					
12.	¿Usted piensa que su remuneración va de acuerdo al trabajo que realiza?					
13.	¿En su organización le ofrecen posibilidades para su desarrollo profesional?					
14.	¿Realiza capacitaciones en su organización?					
15.	¿La empresa se preocupa por los empleados?					
16.	¿Usted tiene el reconocimiento y apoyo de su organización?					
17.	¿La empresa se preocupa por los clientes?					
18.	¿Realizan el servicio post venta?					
19.	¿Tiene conocimiento de las estrategias de venta de la empresa?					
20.	¿Usted tiene experiencia en gestión de redes sociales?					
21.	¿Existe alguna estrategia para reforzar el trabajo en Equipo?					
22.	¿Tienes conocimiento de tu público objetivo?					
23.	¿La empresa tiene buena experiencia en servicio al cliente?					
24.	¿Comprendes las necesidades del cliente?					



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Mgtr. Sonia Herrera Abad.

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de maestría en administración de negocios en la UCV, filial de Lima Norte, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título Magister en administración de negocios.

El título del proyecto de investigación es: "Influencia del clima laboral en las ventas de un centro comercial del distrito Villa el Salvador, 2021" 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 tema de Administración y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

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

Atentamente.

Rosa Puellas Navarro

D.N.I: 09718568

Definición conceptual de las variables y dimensiones

I. Variable clima laboral:

“son factores ambientales percibidos de manera consciente por las personas que trabajan en ellos, los cuales se encuentran sujetos al control organizacional y que se traducen en normas y en pautas de comportamiento”(Alcover de la H, Moriano L, & Osca S, 2012)

1.1 Dimensiones

1.1.1 Trabajo en equipo:

“El trabajo en equipo se refiere a una serie de estrategias, procedimientos y metodologías que utiliza un grupo humano para lograr las metas propuestas”. (Whetten, 2017)

1.1.2 Liderazgo :

“Capacidad para generar compromiso y lograr el respaldo de sus superiores con vistas a enfrentar con éxito los desafíos de la organización”(Alles, 2012)

1.1.3 Motivación:

“procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza una persona para alcanzar un objetivo”.(Robbins S y Judge, 2017)

II. Ventas:

"toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio". Ambos autores señalan además, que es "en este punto (la venta), donde se hace



efectivo el esfuerzo de las actividades anteriores (investigación de mercado, decisiones sobre el producto y decisiones de precio)".(Espejo, 2004)

2.1 Dimensiones

2.1.1 Plan de marketing digital

"El plan de marketing es una guía escrita que orienta las actividades de marketing en un año para una unidad estratégica de negocios o aun producto/mercado"(Rivera, 2007)

2.1.2 Estrategia en ventas

"el buen rendimiento cualquier compañía está determinado por el éxito de las estrategias que se implementen, para lo cual en primera instancia debe surgir un estudio del entorno, dando significación a las situaciones y señales para que, a partir de la maximización de recursos internos, se alcance la ventaja competitiva".(León Valbuena, 2013)



Matriz de Operacionalización

Variable: Clima Laboral

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Técnica e instrumento de recolección de datos	Escala de Medición
Clima laboral	"son factores ambientales percibidos de manera consciente por las personas que trabajan en ellos, los cuales se encuentran sujetos al control organizacional y que se traducen en normas y en pautas de comportamiento" (Alcover de la H, Moriano L, & Osca S, 2012)	"Se define operacionalmente mediante el puntaje general demostrado a través de la medición de sus dimensiones: supervisión, comunicación, condiciones laborales, autorrealización e involucramiento" (Rivas, 2006)	Trabajo en equipo	Comunicación, nivel de desempeño.	Encuesta / Cuestionario	Totalmente en desacuerdo = 1
			Liderazgo	Visión, reconocimiento de equipo, resolución de conflictos.		Desacuerdo = 2
ventas	"la venta promueve un intercambio de productos y servicios"(Reid, 1973)	"El término se usa tanto para nombrar a la operación en sí misma como a la cantidad de cosas que se venden" (Kotler & Armstrong, 2002)	Motivación	Equidad en la remuneración, formación y desarrollo y reconocimiento.	Encuesta / Cuestionario	Ni de acuerdo ni en desacuerdo= 3
			Plan de marketing	Valor del cliente, coste por LEAD.		De acuerdo = 4
			Estrategia de ventas	Clientes nuevos, satisfacción del cliente.		Totalmente de acuerdo = 5

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide Influencia del clima laboral en las ventas

Nº	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	
DIMENSIÓN 1: TRABAJO EN EQUIPO														
1	¿El trabajo en equipo es fomentado como estrategia de ventas?			X				X					X	
2	¿Su Jefe recibe de manera positiva, Las sugerencias que usted da en el trabajo?			X				X			X			
3	¿Usted participa en la definición de las acciones y objetivos de su organización?			X				X					X	
4	¿Usted cree que reconocen su potencial?			X				X					X	
DIMENSIÓN 2: LIDERAZGO														
5	¿Conoce cual es la visión de la empresa?			X				X					X	
6	¿Usted sabe cual es la misión que tiene en la empresa?			X				X					X	
7	¿Existe comunicación directa y fluida en las diferentes áreas de la organización?			X				X					X	
8	¿Su Jefe tiene una actitud abierta para escuchar sus opiniones?			X				X			X			
9	¿Cree que la conducta de su superior muestra coherencia entre lo que dice y lo que hace?			X			X						X	
10	¿Usted se siente a satisfacción de formar parte de la empresa?			X				X					X	
DIMENSIÓN 3: MOTIVACION														
11	¿Piensa que tiene la capacidad para ganar más en otras organizaciones?			X				X					X	
12	¿Usted piensa que su remuneración va de acuerdo al trabajo que realiza?			X				X					X	
13	¿En su organización le ofrecen posibilidades para su desarrollo profesional?			X				X					X	
14	¿Realiza capacitaciones por su cuenta?			X			X						X	
15	¿La empresa se preocupa por los empleados?			X				X					X	
16	¿Usted tiene el reconocimiento y apoyo de su organización?			X				X					X	
DIMENSIÓN 4: PLAN DE MARKETING DIGITAL														
17	¿La empresa se preocupa por los clientes?			X				X					X	
18	¿Realizan el servicio post venta?			X				X					X	
19	¿Tiene conocimiento de las estrategias de venta de la empresa?		X					X					X	
20	¿Usted tiene experiencia en gestión de redes sociales?			X				X					X	
DIMENSIÓN 5: ESTRATEGIA DE VENTAS														
21	¿Existe alguna estrategia para reforzar el trabajo en Equipo?			X				X					X	
22	¿Tienes conocimiento de tu público objetivo?			X				X					X	
23	¿La empresa tiene buena experiencia en servicio al cliente?			X				X					X	
24	¿Comprendes las necesidades del cliente?			X				X					X	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Mg: Sonia Herrera Abad. DNI: 10215640

Especialidad del validador: Administración con mención avanzada de proyectos.

Lima, 08 de Mayo del 2021

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

Firma del Experto Informante.

MBA



ENCUESTA

Edad: _____ Sexo: M () F ()

INSTRUCCIONES: A continuación encontrarás afirmaciones sobre maneras de pensar, sentir y actuar. Lee cada una con mucha atención; luego, marca la respuesta que mejor te describe con una X según corresponda. Recuerda, no hay respuestas buenas, ni malas. Contesta todas las preguntas con la verdad.

OPCIONES DE RESPUESTA:

- 1 - Totalmente en desacuerdo
- 2 - Desacuerdo
- 3 - Ni de acuerdo ni desacuerdo
- 4 - De acuerdo
- 5 - Totalmente de acuerdo

Nº	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
1.	¿El trabajo en equipo es fomentado como estrategia de ventas?					
2.	¿Su Jefe recibe de manera positiva, Las sugerencias que usted da en el trabajo?					
3.	¿Usted participa en la definición de las acciones y objetivos de su organización?					
4.	¿Usted cree que reconocen su potencial?					
5.	¿Conoce cuál es la visión de la empresa?					
6.	¿Usted sabe cuál es la misión que tiene en la empresa?					
7.	¿Existe comunicación directa y fluida en las diferentes áreas de la organización?					
8.	¿Su Jefe tiene una actitud abierta para escuchar sus opiniones?					
9.	¿Cree que la conducta de su superior muestra coherencia entre lo que dice y lo que hace?					
10.	¿Usted se siente a satisfecho de formar parte de la empresa?					
11.	¿Piensa que tiene la capacidad para ganar más en otras organizaciones?					
12.	¿Usted piensa que su remuneración va de acuerdo al trabajo que realiza?					
13.	¿En su organización le ofrecen posibilidades para su desarrollo profesional?					
14.	¿Realiza capacitaciones en su organización?					
15.	¿La empresa se preocupa por los empleados?					
16.	¿Usted tiene el reconocimiento y apoyo de su organización?					
17.	¿La empresa se preocupa por los clientes?					
18.	¿Realizan el servicio post venta?					
19.	¿Tiene conocimiento de las estrategias de venta de la empresa?					
20.	¿Usted tiene experiencia en gestión de redes sociales?					
21.	¿Existe alguna estrategia para reforzar el trabajo en Equipo?					
22.	¿Tienes conocimiento de tu público objetivo?					
23.	¿La empresa tiene buena experiencia en servicio al cliente?					
24.	¿Comprendes las necesidades del cliente?					

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Mgtr. Vilma Andrea Vera Quintanilla
Presente

Asunto: VALIDACION DE INSTRUMENTOS A TRAVES DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de maestría en administración de negocios en la UCV, filial de Lima Norte, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título Magister en administración de negocios.

El título del proyecto de investigación es: "Influencia del clima laboral en las ventas de un centro comercial del distrito Villa el Salvador, 2021" 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 tema de Administración y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

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

Atentamente



Rosa Puellas Navarro

D.N.I: 09/18568

Definición conceptual de las variables y dimensiones

I. Variable clima laboral:

“son factores ambientales percibidos de manera consciente por las personas que trabajan en ellos, los cuales se encuentran sujetos al control organizacional y que se traducen en normas y en pautas de comportamiento”(Alcover de la H, Moriano L, & Osca S, 2012)

1.1 Dimensiones

1.1.1 Trabajo en equipo:

“El trabajo en equipo se refiere a una serie de estrategias, procedimientos y metodologías que utiliza un grupo humano para lograr las metas propuestas”. (Whetten, 2017)

1.1.2 Liderazgo :

“Capacidad para generar compromiso y lograr el respaldo de sus superiores con vistas a enfrentar con éxito los desafíos de la organización”(Alles, 2012)

1.1.3 Motivación:

“procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza una persona para alcanzar un objetivo”.(Robbins S y Judge, 2017)

II. Ventas:

"toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio". Ambos autores señalan además, que es "en este punto (la venta), donde se hace



efectivo el esfuerzo de las actividades anteriores (investigación de mercado, decisiones sobre el producto y decisiones de precio)".(Espejo, 2004)

2.1 Dimensiones

2.1.1 Plan de marketing digital

"El plan de marketing es una guía escrita que orienta las actividades de marketing en un año para una unidad estratégica de negocios o aun producto/mercado"(Rivera, 2007)

2.1.2 Estrategia en ventas

"el buen rendimiento cualquier compañía está determinado por el éxito de las estrategias que se implementen, para lo cual en primera instancia debe surgir un estudio del entorno, dando significación a las situaciones y señales para que, a partir de la maximización de recursos internos, se alcance la ventaja competitiva".(León Valbuena, 2013)

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide Influencia del clima laboral en las ventas

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	
DIMENSIÓN 1: TRABAJO EN EQUIPO														
1	¿El trabajo en equipo es fomentado como estrategia de ventas?				X				X				X	
2	¿Su Jefe recibe de manera positiva, Las sugerencias que usted da en el trabajo?				X				X				X	
3	¿Usted participa en la definición de las acciones y objetivos de su organización?				X				X				X	
4	¿Usted cree que reconocen su potencial?				X				X				X	
DIMENSIÓN 2: LIDERAZGO														
5	¿Conoce cuál es la visión de la empresa?				X				X				X	
6	¿Usted sabe cuál es la misión que tiene en la empresa?				X				X				X	
7	¿Existe comunicación directa y fluida en las diferentes áreas de la organización?				X				X				X	
8	¿Su Jefe tiene una actitud abierta para escuchar sus opiniones?				X				X				X	
9	¿Cree que la conducta de su superior muestra coherencia entre lo que dice y lo que hace?				X				X				X	
10	¿Usted se siente a satisfecho de formar parte de la empresa?				X				X				X	
DIMENSIÓN 3: MOTIVACION														
11	¿Piensa que tiene la capacidad para ganar más en otras organizaciones?				X				X				X	
12	¿Usted piensa que su remuneración va de acuerdo al trabajo que realiza?				X				X				X	
13	¿En su organización le ofrecen posibilidades para su desarrollo profesional?				X				X				X	
14	¿Realiza capacitaciones en su organización?				X				X				X	
15	¿La empresa se preocupa por los empleados?				X				X				X	
16	¿Usted tiene el reconocimiento y apoyo de su organización?				X				X				X	
DIMENSIÓN 4: PLAN DE MARKETING DIGITAL														
17	¿La empresa se preocupa por los clientes?				X				X				X	
18	¿Realizan el servicio post venta?				X				X				X	
19	¿Tiene conocimiento de las estrategias de venta de la empresa?				X				X				X	
20	¿Usted tiene experiencia en gestión de redes sociales?				X				X				X	
DIMENSIÓN 5: ESTRATEGIA DE VENTAS														
21	¿Existe alguna estrategia para reforzar el trabajo en Equipo?				X				X				X	
22	¿Tienes conocimiento de tu público objetivo?				X				X				X	
23	¿La empresa tiene buena experiencia en servicio al cliente?				X				X				X	
24	¿Comprendes las necesidades del cliente?				X				X				X	

Matriz de Operacionalización
Variable: Clima Laboral

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Técnica e instrumento de recolección de datos	Escala de Medición
Clima laboral	"son factores ambientales percibidos de manera consciente por las personas que trabajan en ellos, los cuales se encuentran sujetos al control organizacional y que se traducen en normas y en pautas de comportamiento" (Alcover de la H, Moriano L, & Osca S, 2012)	"Se define operacionalmente mediante el puntaje general demostrado a través de la medición de sus dimensiones: supervisión, comunicación, condiciones laborales, autorrealización e involucramiento" (Rivas, 2006)	Trabajo en equipo	Comunicación, nivel de desempeño.	Encuesta / Cuestionario	Totalmente en desacuerdo = 1 Desacuerdo = 2 Ni de acuerdo ni en desacuerdo = 3 De acuerdo = 4
			Liderazgo	Visión, reconocimiento de equipo, resolución de conflictos.		
			Motivación	Equidad en la remuneración, formación y desarrollo y reconocimiento.		
ventas	"la venta promueve un intercambio de productos y servicios" (Reid, 1973)	"El término se usa tanto para nombrar a la operación en sí misma como a la cantidad de cosas que se venden" (Kotler & Armstrong, 2002)	Plan de marketing	Valor del cliente, coste por LEAD.		Totalmente de acuerdo = 5
			Estrategia de ventas	Clientes nuevos, satisfacción del cliente.		

Anexo 23 Matriz de operacionalización



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Mg: Vilma Andrea Vera Quintanilla. DNI: 42491582

Especialidad del validador: **Project Management.**

Lima, 08 de Mayo del 2021

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

Firma del Experto Informante.

Project Management

Anexo 24 Validación



ENCUESTA

Edad: _____ Sexo: M () F ()

INSTRUCCIONES: A continuación encontrarás afirmaciones sobre maneras de pensar, sentir y actuar. Lee cada una con mucha atención; luego, marca la respuesta que mejor te describe con una X según corresponda. Recuerda, no hay respuestas buenas, ni malas. Contesta todas las preguntas con la verdad.

OPCIONES DE RESPUESTA:

- 1 - Totalmente en desacuerdo
- 2 - Desacuerdo
- 3 - Ni de acuerdo ni desacuerdo
- 4 - De acuerdo
- 5 - Totalmente de acuerdo

Nº	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
1.	¿El trabajo en equipo es fomentado como estrategia de ventas?					
2.	¿Su Jefe recibe de manera positiva, Las sugerencias que usted da en el trabajo?					
3.	¿Usted participa en la definición de las acciones y objetivos de su organización?					
4.	¿Usted cree que reconocen su potencial?					
5.	¿Conoce cuál es la visión de la empresa?					
6.	¿Usted sabe cuál es la misión que tiene en la empresa?					
7.	¿Existe comunicación directa y fluida en las diferentes áreas de la organización?					
8.	¿Su Jefe tiene una actitud abierta para escuchar sus opiniones?					
9.	¿Cree que la conducta de su superior muestra coherencia entre lo que dice y lo que hace?					
10.	¿Usted se siente a satisfecho de formar parte de la empresa?					
11.	¿Piensa que tiene la capacidad para ganar más en otras organizaciones?					
12.	¿Usted piensa que su remuneración va de acuerdo al trabajo que realiza?					
13.	¿En su organización le ofrecen posibilidades para su desarrollo profesional?					
14.	¿Realiza capacitaciones en su organización?					
15.	¿La empresa se preocupa por los empleados?					
16.	¿Usted tiene el reconocimiento y apoyo de su organización?					
17.	¿La empresa se preocupa por los clientes?					
18.	¿Realizan el servicio post venta?					
19.	¿Tiene conocimiento de las estrategias de venta de la empresa?					
20.	¿Usted tiene experiencia en gestión de redes sociales?					
21.	¿Existe alguna estrategia para reforzar el trabajo en Equipo?					
22.	¿Tienes conocimiento de tu público objetivo?					
23.	¿La empresa tiene buena experiencia en servicio al cliente?					
24.	¿Comprendes las necesidades del cliente?					



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: **Mgtr. Lester Alberto Obispo Sotomayor**
Presente

Asunto: **VALIDACION DE INSTRUMENTOS A TRAVES DE JUICIO DE EXPERTOS.**

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de maestría en administración de negocios en la UCV, filial de Lima Norte, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título Magister en administración de negocios.

El título del proyecto de investigación es: "Influencia del clima laboral en las ventas de un centro comercial del distrito Villa el Salvador, 2021" 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 tema de Administración y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

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

Atentamente,

Rosa Puellas Navarro

D.N.I: 09/18568

Definición conceptual de las variables y dimensiones

I. Variable clima laboral:

“son factores ambientales percibidos de manera consciente por las personas que trabajan en ellos, los cuales se encuentran sujetos al control organizacional y que se traducen en normas y en pautas de comportamiento”(Alcover de la H, Moriano L, & Osca S, 2012)

1.1 Dimensiones

1.1.1 Trabajo en equipo:

“El trabajo en equipo se refiere a una serie de estrategias, procedimientos y metodologías que utiliza un grupo humano para lograr las metas propuestas”. (Whetten, 2017)

1.1.2 Liderazgo :

“Capacidad para generar compromiso y lograr el respaldo de sus superiores con vistas a enfrentar con éxito los desafíos de la organización”(Alles, 2012)

1.1.3 Motivación:

“procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza una persona para alcanzar un objetivo”.(Robbins S y Judge, 2017)

II. Ventas:

"toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio". Ambos autores señalan además, que es "en este punto (la venta), donde se hace



efectivo el esfuerzo de las actividades anteriores (investigación de mercado, decisiones sobre el producto y decisiones de precio)".(Espejo, 2004)

2.1 Dimensiones

2.1.1 Plan de marketing digital

"El plan de marketing es una guía escrita que orienta las actividades de marketing en un año para una unidad estratégica de negocios o aun producto/mercado"(Rivera, 2007)

2.1.2 Estrategia en ventas

"el buen rendimiento cualquier compañía está determinado por el éxito de las estrategias que se implementen, para lo cual en primera instancia debe surgir un estudio del entorno, dando significación a las situaciones y señales para que, a partir de la maximización de recursos internos, se alcance la ventaja competitiva".(León Valbuena, 2013)

Matriz de Operacionalización
Variable: Clima Laboral

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Técnica e instrumento de recolección de datos	Escala de Medición
Clima laboral	"son factores ambientales percibidos de manera consciente por las personas que trabajan en ellos, los cuales se encuentran sujetos al control organizacional y que se traducen en normas y en pautas de comportamiento" (Alcover de la H, Moriano L, & Osca S, 2012)	"Se define operacionalmente mediante el puntaje general demostrado a través de la medición de sus dimensiones: supervisión, comunicación, condiciones laborales, autorrealización e involucramiento" (Rivas, 2006)	Trabajo en equipo	Comunicación, nivel de desempeño.	Encuesta / Cuestionario	Totalmente en desacuerdo = 1 Desacuerdo = 2 Ni de acuerdo ni en desacuerdo = 3 De acuerdo = 4
			Liderazgo	Visión, reconocimiento de equipo, resolución de conflictos.		
			Motivación	Equidad en la remuneración, formación y desarrollo y reconocimiento.		
ventas	"la venta promueve un intercambio de productos y servicios"(Reid, 1973)	"El término se usa tanto para nombrar a la operación en sí misma como a la cantidad de cosas que se venden" (Kotler & Armstrong, 2002)	Plan de marketing	Valor del cliente, coste por LEAD.		Totalmente de acuerdo = 5
			Estrategia de ventas	Clientes nuevos, satisfacción del cliente.		

Anexo 29 Matriz de operacionalización



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide Influencia del clima laboral en las ventas

N°	DIMENSIONES / ítem	Pertinencia ^a				Relevancia ^a				Claridad ^a				Sugerencias
		M	D	X	A	M	D	X	A	M	D	X	A	
DIMEN SION 1: TRABAJO EN EQUIPO														
1	¿El trabajo en equipo es fomentado como estrategia de ventas?				X				X				X	
2	¿Su Jefe recibe de manera positiva, Las sugerencias que usted da en el trabajo?				X				X				X	
3	¿Usted participa en la definición de las acciones y objetivos de su organización?				X				X				X	
4	¿Usted cree que reconocen su potencial?			X				X				X		
DIMEN SION 2: LIDERAZGO														
5	¿Conoce cuál es la visión de la empresa?				X				X				X	
6	¿Usted sabe cuál es la misión que tiene en la empresa?				X				X				X	
7	¿Existe comunicación directa y fluida en las diferentes áreas de la organización?				X				X				X	
8	¿Su Jefe tiene una actitud abierta para escuchar sus opiniones?				X				X				X	
9	¿Cree que la conducta de su superior muestra coherencia entre lo que dice y lo que hace?				X				X				X	
10	¿Usted se siente a satisfecho de formar parte de la empresa?				X				X				X	
DIMEN SION 3: MOTIVACION														
11	¿Piensa que tiene la capacidad para ganar más en otras organizaciones?				X				X				X	
12	¿Usted piensa que su remuneración va de acuerdo al trabajo que realiza?				X				X				X	
13	¿En su organización le ofrecen posibilidades para su desarrollo profesional?				X				X				X	
14	¿Realiza capacitaciones en su organización?			X					X				X	
15	¿La empresa se preocupa por los empleados?				X				X				X	
16	¿Usted tiene el reconocimiento y apoyo de su organización?				X				X				X	
DIMEN SION 4: PLAN DE MARKETING DIGITAL														
17	¿La empresa se preocupa por los clientes?			X				X					X	
18	¿Realizan el servicio post venta?				X				X				X	
19	¿Tiene conocimiento de las estrategias de venta de la empresa?				X				X				X	
20	¿Usted tiene experiencia en gestión de redes sociales?				X				X				X	
DIMEN SION 5: ESTRATEGIA DE VENTAS														
21	¿Existe alguna estrategia para reforzar el trabajo en Equipo?				X				X				X	
22	¿Tienes conocimiento de tu público objetivo?				X				X				X	
23	¿La empresa tiene buena experiencia en servicio al cliente?			X				X					X	
24	¿Comprendes las necesidades del cliente?				X				X				X	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: **OBISPO SOTOMAYOR LESTER ALBERTO.** **DNI: 44343244**

Especialidad del validador: **Economista, con especialidad en gestión estratégica y financiera.**

Lima, 21 de junio de 2021

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

Firma del Experto Informante.
Especialidad

Anexo 31 Validación



ENCUESTA

Edad: _____ Sexo: M () F ()

INSTRUCCIONES: A continuación encontrarás afirmaciones sobre maneras de pensar, sentir y actuar. Lee cada una con mucha atención; luego, marca la respuesta que mejor te describe con una X según corresponda. Recuerda, no hay respuestas buenas, ni malas. Contesta todas las preguntas con la verdad.

OPCIONES DE RESPUESTA:

- 1 - Totalmente en desacuerdo
- 2 - Desacuerdo
- 3 - Ni de acuerdo ni desacuerdo
- 4 - De acuerdo
- 5 - Totalmente de acuerdo

Nº	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
1.	¿El trabajo en equipo es fomentado como estrategia de ventas?					
2.	¿Su Jefe recibe de manera positiva, Las sugerencias que usted da en el trabajo?					
3.	¿Usted participa en la definición de las acciones y objetivos de su organización?					
4.	¿Usted cree que reconocen su potencial?					
5.	¿Conoce cuál es la visión de la empresa?					
6.	¿Usted sabe cuál es la misión que tiene en la empresa?					
7.	¿Existe comunicación directa y fluida en las diferentes áreas de la organización?					
8.	¿Su Jefe tiene una actitud abierta para escuchar sus opiniones?					
9.	¿Cree que la conducta de su superior muestra coherencia entre lo que dice y lo que hace?					
10.	¿Usted se siente a satisfecho de formar parte de la empresa?					
11.	¿Piensa que tiene la capacidad para ganar más en otras organizaciones?					
12.	¿Usted piensa que su remuneración va de acuerdo al trabajo que realiza?					
13.	¿En su organización le ofrecen posibilidades para su desarrollo profesional?					
14.	¿Realiza capacitaciones en su organización?					
15.	¿La empresa se preocupa por los empleados?					
16.	¿Usted tiene el reconocimiento y apoyo de su organización?					
17.	¿La empresa se preocupa por los clientes?					
18.	¿Realizan el servicio post venta?					
19.	¿Tiene conocimiento de las estrategias de venta de la empresa?					
20.	¿Usted tiene experiencia en gestión de redes sociales?					
21.	¿Existe alguna estrategia para reforzar el trabajo en Equipo?					
22.	¿Tienes conocimiento de tu público objetivo?					
23.	¿La empresa tiene buena experiencia en servicio al cliente?					
24.	¿Comprendes las necesidades del cliente?					

"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

Lima, 07 de Junio de 2021

Carta P. 160-2021-UCV-EPG-SP

Dr.
BASILIO NOA PUCLLAS
GERENTE GENERAL
CENTRO COMERCIAL ESTILO INTERIOR

De mi mayor consideración:

Es grato dirigirme a usted, para presentar a **PUCLLAS NAVARRO, ROSA**; identificado(a) con DNI/CE N° 09718568 y código de matrícula N° 7002512440; estudiante del programa de MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA en modalidad semipresencial quien, en el marco de su tesis conducente a la obtención de su grado de MAESTRO(A), se encuentra desarrollando el trabajo de investigación (tesis) titulado:

Influencia del clima laboral en las ventas de un centro comercial del distrito Villa el Salvador, 2021

En este sentido, solicito a su digna persona facilitar el acceso a nuestro(a) estudiante, a fin que pueda obtener información en la institución que usted representa, siendo nuestro(a) estudiante quien asume el compromiso de alcanzar a su despacho los resultados de este estudio, luego de concluir con el desarrollo del trabajo de investigación (tesis).

Agradeciendo la atención que brinde al presente documento, hago propicia la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor consideración.

Atentamente,



Ruth Angélica Chicana Becerra
Coordinadora General de Programas de Posgrado Semipresenciales
Universidad César Vallejo

Somos la universidad de los
que quieren salir adelante.





Villa el salvador, 10 de Junio del 2021

Señores:

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

Por medio de la presente y en mi calidad de gerente general del **CENTRO COMERCIAL ESTILO INTERIOR**, autorizo a la licenciada Rosa Pucllas Navarro, con DNI 09718568, quien labora en nuestra empresa; para que realice el trabajo de investigación que lleva como título:

“Influencia del clima laboral en las ventas de un centro comercial del distrito Villa el Salvador, 2021”

El cual se desarrollará en las instalaciones y utilizará nuestro nombre con el fin de obtener el grado académico de Maestro en administración de negocios MBA en la universidad César Vallejo.

Se expide la presente a solicitud del interesado para los fines que crea conveniente.

Atte.



Basilio Noa Pucllas
Gerente General