

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

**La Empleabilidad y las ventas de los colaboradores en la
Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023**

**Para optar el título profesional de:
Licenciado en Administración**

Autores:

Bach. Jimmy Daniel JARA FAJARDO

Bach. Melamjec Grace JARA FAJARDO

Asesor:

Dr. Edgar CONDOR CAPCHA

Cerro de Pasco – Perú - 2025

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

**La Empleabilidad y las ventas de los colaboradores en la
Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023**

Sustentada y aprobada ante los miembros del jurado:

Dra. Yolanda Virginia LLANOS ROMERO
PRESIDENTE

Dra. Nelly Luz FUSTER ZUÑIGA
MIEMBRO

Mg. Kevin Lee FLORES BRAVO
MIEMBRO



INFORME DE ORIGINALIDAD N° 028-2025-UI/FACE-UNDAC

La Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión ha realizado el análisis con exclusiones en el Software Turnitin Similarity, que a continuación se detalla:

Presentado por:

Jimmy Daniel JARA FAJARDO - Melamjec Grace JARA FAJARDO

Escuela de Formación Profesional

ADMINISTRACIÓN

Tipo de trabajo:

Tesis

Título del trabajo

La Empleabilidad y las Ventas de los Colaboradores en la Empresa FERREYCORP S.A.A. Zona Huancayo, 2023

Asesor:

Dr. Edgar CONDOR CAPCHA

Índice de Similitud: **10%**

Calificativo

APROBADO

Se adjunta al presente el informe y el reporte de evaluación del software similitud.

Cerro de Pasco, 29 de Agosto de 2025.



Firmado digitalmente por CARDENAS
SERGIO JOSÉ ANTONIO FAU
Número: 54605545-8
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 29/08/2025 19:33:50 -05:00

DOCUMENTO FIRMADO DIGITALMENTE
Dr. José Antonio CARDENAS SINCHE
DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN

DEDICATORIA

Desde los más profundo de nuestros corazones queremos expresar nuestra gratitud a ti Conchito; sin ti no lo habríamos logrado, es tu soporte y bendición a lo largo de nuestra vida lo que nos dio fortaleza para seguir adelante pese a los obstáculos.

No nos alcanzara la vida para seguir agradeciéndote el estar siempre a nuestro lado.

Melamjec y Jimmy

AGRADECIMIENTO

A mi familia, por su amor incondicional, su apoyo constante y la fe que pusieron en mí para poder completar este camino.

De igual manera, a mi tutor de tesis, el Dr. Edgar Condor Capcha, cuya experiencia, apoyo constante fueron fundamentales para la realización de este trabajo.

Melamjec

Siempre creí que lo que me permitió comprender las ideas no solo básicas, sino también lo más meticulosos de esta hermosa carrera que decidí estudiar, fue gracias a las pruebas y estudios constantes de los maestros como Abraham Maslow, Henri Fayol y Peter Drucker. A quien considero como los mas grandes forjadores de mi forma de pensar y entender la administración desde un punto de vista humano, y como el intentar entender su pensamiento me reta a seguir esforzándome cada día mas a ser un mejor profesional.

A todos los maestros que al largo de los cinco años que estudie en la UNDAC compartieron conmigo su amplia sabiduría y experiencia. Y con quien hasta ahora conservo una gran amistad.

Mi gratitud eterna a todos ustedes.

Jimmy

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo principal determinar el grado de relación entre la empleabilidad y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, durante el año 2023. Se llevó a cabo una investigación de tipo básico, con un nivel descriptivo-correlacional, sustentada en el método científico y enmarcada en los enfoques inductivo-deductivo. El diseño de la investigación fue no experimental y de corte transversal, lo que permitió analizar la relación entre las variables sin manipularlas directamente.

La muestra estuvo conformada por 25 trabajadores de la empresa, a quienes se les aplicó un cuestionario validado mediante juicio de expertos, compuesto por 12 preguntas para la variable empleabilidad y 9 preguntas para la variable ventas. La confiabilidad de los instrumentos fue evaluada mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, obteniéndose valores de 0.917 y 0.906, respectivamente, lo que indica una alta fiabilidad en la medición.

El análisis de datos a través del coeficiente de correlación de Spearman ($\rho = 0.826$, $p = 0.000$; $p < 0.05$) evidenció una relación significativa y de alta magnitud entre ambas variables. Estos resultados permitieron confirmar la hipótesis de estudio, demostrando que existe una fuerte relación entre la empleabilidad y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo.

Palabras clave: Empleabilidad, ventas, colaboradores, Ferreycorp S.A.A.

ABSTRACT

The main objective of this study was to determine the degree of relationship between employability and sales of employees at Ferreycorp S.A.A. Huancayo Zone Company, during the year 2023. A basic type of research was carried out, with a descriptivecorrelational level, supported by the scientific method and framed in the inductive-deductive approaches. The research design was non-experimental and cross-sectional, which allowed the relationship between the variables to be analyzed without directly manipulating them.

The sample consisted of 25 company workers, who were given a questionnaire validated by expert judgment, consisting of 12 questions for the employability variable and

9 questions for the sales variable. The reliability of the instruments was evaluated using Cronbach's Alpha coefficient, obtaining values of 0.917 and 0.906, respectively, indicating high reliability in the measurement.

Data analysis using Spearman's correlation coefficient ($\rho = 0.826$, $p = 0.000$; $p < 0.05$) showed a significant and high-magnitude relationship between both variables. These results confirmed the study hypothesis, demonstrating that there is a strong relationship between employability and sales of employees at Ferreycorp S.A.A. Huancayo Zone.

Keywords: Employability, sales, employees, Ferreycorp S.A.A.

INTRODUCCIÓN

En un entorno empresarial cada vez más competitivo, la empleabilidad y las ventas representan dos factores clave para el éxito organizacional. La empleabilidad, entendida como el conjunto de competencias, conocimientos y actitudes que permiten a un trabajador mantenerse y progresar en el mercado laboral, cobra una relevancia crucial en la dinámica comercial de las empresas. Por otro lado, Kotler y Armstrong, (2018) mencionan que las ventas constituyen un indicador fundamental de la sostenibilidad y crecimiento de cualquier organización, ya que reflejan el desempeño y la efectividad de los colaboradores en la generación de ingresos.

El presente estudio titulado "La Empleabilidad y las Ventas de los Colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023" tiene como objetivo determinar la relación entre ambas variables dentro del contexto de esta empresa. Se parte de la premisa de que una mayor empleabilidad, entendida a través de competencias laborales, capacitación, compromiso y clima laboral, podría estar vinculada con un mejor desempeño en ventas. Para ello, se han planteado preguntas de investigación específicas que buscan examinar la relación entre cada dimensión de la empleabilidad y el nivel de ventas de los colaboradores.

En el contexto global, la empleabilidad ha sido objeto de diversas investigaciones que la relacionan con el rendimiento laboral y la competitividad organizacional. Estudios recientes han demostrado que las empresas que invierten en la formación y el desarrollo de habilidades de sus empleados logran un mayor impacto en sus resultados comerciales. En Latinoamérica, la relación entre empleabilidad y productividad empresarial ha tomado relevancia, especialmente en sectores altamente competitivos como el de maquinaria pesada y equipos industriales, donde opera Ferreycorp S.A.A.

A nivel nacional, el mercado laboral peruano presenta desafíos significativos en términos de capacitación y desarrollo profesional. En este contexto, Ferreycorp S.A.A., como una de las principales empresas del sector de maquinaria y servicios industriales,

enfrenta el reto de optimizar el desempeño de su fuerza de ventas a través de estrategias que fortalezcan la empleabilidad de sus colaboradores. Chiavenato (2020) sugiere que la inversión en el desarrollo del capital humano potencia la productividad y la competitividad de las organizaciones.

El presente estudio no solo contribuirá al conocimiento académico sobre la relación entre empleabilidad y ventas, sino que también proporcionará recomendaciones prácticas para que las empresas del sector optimicen sus estrategias de gestión del talento. En ese sentido, se espera que los hallazgos de esta investigación sirvan como base para futuras iniciativas dirigidas a fortalecer el desarrollo profesional de los colaboradores y, en consecuencia, mejorar el desempeño comercial de la organización.

Por los motivos previamente expuestos, se consideró fundamental llevar a cabo esta investigación, la cual ha sido desarrollada conforme al reglamento vigente de la UNDAC (2022) y se estructura en los siguientes capítulos:

Capítulo I: Problema de Investigación

En este primer capítulo se introduce el tema central del estudio, formulando el problema de investigación y estableciendo sus objetivos. Asimismo, se justifica la pertinencia del estudio y se delimitan sus alcances y limitaciones.

Capítulo II: Marco Teórico

Este capítulo contextualiza la investigación mediante el análisis de antecedentes y fundamentos teóricos vinculados a las variables de estudio, proporcionando la base científica que sustenta el trabajo. Además, se presentan las hipótesis, y se identifican y operacionalizan las variables.

Capítulo III: Metodología de la Investigación

Se detalla el enfoque metodológico empleado, el tipo, nivel, métodos, el diseño, así como se describe la población y muestra, se muestran las técnicas de recolección, procesamiento y análisis de datos. También se abordan la selección, validación y

confiabilidad del instrumento de investigación, junto con los principios éticos, filosóficos y epistémicos que fundamentan el estudio.

Capítulo IV: Resultados y Discusión

Este capítulo presenta los hallazgos obtenidos a partir del trabajo de campo, ilustrados mediante tablas y figuras generadas con el software SPSS 26. Se realiza la contrastación de hipótesis y una discusión detallada de los resultados en función de la teoría y estudios previos.

Finalmente, el estudio concluye con la presentación de las conclusiones y recomendaciones, que buscan aportar información relevante y útil para la entidad objeto de nuestra investigación.

Los autores.

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

ÍNDICE

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE FIGURAS

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.	Identificación y determinación del problema	1
1.2.	Delimitación de la investigación.....	5
1.3.	Formulación del problema	6
1.3.1.	Problema general.....	6
1.3.2.	Problemas específicos	6
1.4.	Formulación de objetivos.....	7
1.4.1.	Objetivo general.....	7
1.4.2.	Objetivos específicos	7
1.5.	Justificación de la investigación.....	7
1.6.	Limitaciones de la investigación	9

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.	Antecedentes de estudio	10
2.2.	Bases teóricas – científicas	14
2.3.	Definición de términos básicos	22
2.4.	Formulación de hipótesis.....	22
2.4.1.	Hipótesis general	22

2.4.2. Hipótesis específicas.....	23
2.5. Identificación de variables	23
2.6. Definición operacional de variables e indicadores	23

CAPITULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación.....	25
3.2. Nivel de investigación.....	25
3.3. Métodos de investigación	26
3.4. Diseño de investigación.....	26
3.5. Población y muestra	27
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	27
3.7. Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación	28
3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	29
3.9. Tratamiento estadístico	30
3.10. Orientación ética filosófica y epistémica	30

CAPÍTULO IV.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Descripción del trabajo de campo.....	32
4.2. Presentación, análisis e interpretación de resultados	33
4.3. Prueba de hipótesis.....	56
4.4. Discusión de resultados.....	62

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Estadística de fiabilidad Alfa de Cronbach para el cuestionario de la variable empleabilidad.....	29
Tabla 2 Estadísticas de fiabilidad Alfa de Cronbach para el cuestionario de la variable ventas.....	29
Tabla 3 Variable empleabilidad agrupado.....	33
Tabla 4 ¿Considera que al momento de realizar su trabajo pone en práctica sus habilidades.....	34
Tabla 5 ¿Cuándo se le presentan dificultades al momento de realizar sus labores, los resuelve con facilidad?	35
Tabla 6 ¿Ante los cambios que se presentan en su empresa, se adapta con facilidad?	36
Tabla 7 ¿Existen programas de capacitación laboral en su empresa?	37
Tabla 8 ¿Se capacita para poder realizar mejor sus labores?	38
Tabla 9 ¿Aplica los conocimientos adquiridos en su capacitación?	39
Tabla 10 ¿Se siente identificado con la empresa?.....	40
Tabla 11 ¿Siente que reconocen su esfuerzo y eso lo motiva a continuar en la empresa?	41
Tabla 12 ¿Cumple con rigurosidad los reglamentos de la empresa?.....	42
Tabla 13 ¿Considera que existe una comunicación efectiva con sus colegas y superiores?	43
Tabla 14 ¿Considera que se practica el trabajo en equipo dentro de su empresa? ...	44
Tabla 15 ¿Considera que sus superiores se preocupan por evitar que existan conflictos laborales?	45
Tabla 16 Variable ventas agrupado	46
Tabla 17 ¿Considera que mantiene buenas relaciones tanto con los clientes internos como externos?	47
Tabla 18 ¿Considera que sus clientes se sienten satisfechos con su atención?	48

Tabla 19 ¿Considera que tiene una comunicación empática?	49
Tabla 20 ¿Considera que sus oportunidades de ventas son altas?	50
Tabla 21 ¿Considera que cuando realiza una venta lo realiza en el menor tiempo posible?	51
Tabla 22 ¿Considera que existe una estimación de las ventas dentro de su empresa?	52
Tabla 23 ¿Se mantiene actualizado en cuanto a los productos y servicios que su empresa ofrece?	53
Tabla 24 ¿Considera que tiene una flexibilidad estratégica al momento de realizar las ventas?	54
Tabla 25 ¿Su empresa realiza estudios de las tendencias que pueden afectar o favorecer las ventas?	55
Tabla 26 Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman	56
Tabla 27 Correlación entre la empleabilidad y las ventas	57
Tabla 28 Correlación entre competencias laborales y las ventas	58
Tabla 29 Correlación entre capacitación laboral y las ventas	59
Tabla 30 Correlación entre compromiso laboral y las ventas	60
Tabla 31 Correlación entre clima laboral y las ventas	61

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Dimensiones de la variable empleabilidad.....	18
Figura 2 Dimensiones de ventas	20
Figura 3 Diseño de la investigación.....	26
Figura 4 Variable empleabilidad agrupado	33
Figura 5 ¿Considera que al momento de realizar su trabajo pone en práctica sus habilidades técnicas?.....	34
Figura 6 ¿Cuándo se le presentan dificultades al momento de realizar sus labores, los resuelve con facilidad?	35
Figura 7 ¿Ante los cambios que se presentan en su empresa, se adapta con facilidad?	36
Figura 8 ¿Existen programas de capacitación laboral en su empresa?.....	37
Figura 9 ¿Se capacita para poder realizar mejor sus labores?.....	38
Figura 10 ¿Aplica los conocimientos adquiridos en su capacitación?.....	39
Figura 11 ¿Aplica los conocimientos adquiridos en su capacitación?.....	40
Figura 12 ¿Siente que reconocen su esfuerzo y eso lo motiva a continuar en la empresa?.....	41
Figura 13 ¿Cumple con rigurosidad los reglamentos de la empresa?	42
Figura 14 ¿Considera que existe una comunicación efectiva con sus colegas y superiores?	43
Figura 15 ¿Considera que se practica el trabajo en equipo dentro de su empresa? .	44
Figura 16 ¿Considera que sus superiores se preocupan por evitar que existan conflictos laborales?	45
Figura 17 ¿Considera que mantiene buenas relaciones tanto con los clientes internos como externos?	46
Figura 18 ¿Considera que mantiene buenas relaciones tanto con los clientes internos como externos?	47
Figura 19 ¿Considera que sus clientes se sienten satisfechos con su atención?	48

Figura 20 ¿Considera que tiene una comunicación empática?	49
Figura 21 ¿Considera que sus oportunidades de ventas son altas?	50
Figura 22 ¿Considera que cuando realiza una venta lo realiza en el menor tiempo posible?	51
Figura 23 ¿Se mantiene actualizado en cuanto a los productos y servicios que su empresa ofrece?	53
Figura 24 ¿Considera que tiene una flexibilidad estratégica al momento de realizar las ventas?	54
Figura 25 ¿Su empresa realiza estudios de las tendencias que pueden afectar o favorecer las ventas?	55

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Identificación y determinación del problema

Actualmente el mundo postpandemia, enfrenta graves problemas de empleabilidad y ello afecta directamente a las organizaciones que han visto disminuir sus ventas debido principalmente a la grave recesión económica. En este contexto global, la empleabilidad es un tema clave en el desarrollo de la fuerza laboral. La globalización y los avances tecnológicos han transformado absolutamente los mercados laborales, creando un entorno dinámico y competitivo. Las organizaciones enfrentan la constante presión de adaptarse a estos cambios, lo que demanda que sus colaboradores estén preparados no solo para realizar tareas específicas, sino también para adaptarse rápidamente a nuevos roles, tecnologías y entornos. Las empresas con una fuerza laboral empleable no solo tienen mejores resultados en términos de productividad, sino también de innovación y competitividad.

Dentro de este escenario, las ventas se muestran como una de las áreas más decisivas para las organizaciones. Las competencias de los vendedores, que incluyen habilidades interpersonales, comunicación efectiva y capacidad de adaptación, son determinantes en el éxito de las ventas. Un equipo de ventas

capacitado, motivado y comprometido puede generar un gran impacto en el rendimiento de la empresa.

Sin embargo, el mercado global está repleto de desafíos como la automatización, la digitalización de las ventas y las nuevas expectativas de los consumidores, lo que requiere que los profesionales de ventas continúen perfeccionando sus habilidades. Este problema surge debido a la importancia estratégica de comprender cómo los factores relacionados con la empleabilidad impactan directamente en los resultados de ventas. Identificar estos vínculos permitirá a la empresa implementar estrategias específicas para mejorar la empleabilidad de su personal y, por fin, aumentar las ventas.

En muchas economías latinoamericanas, el desarrollo de competencias laborales se enfrenta a barreras como la falta de acceso a formación continua, la escasa implementación de programas de capacitación laboral en las empresas y la baja inversión en el bienestar y el compromiso de los colaboradores. Esta situación se convierte en un reto para las empresas que intentan mantener a sus equipos competitivos y productivos. A pesar de que las ventas representan una fuente esencial de ingresos, no siempre se reconoce el papel fundamental que juega la preparación y la motivación de los colaboradores en la obtención de buenos resultados comerciales.

En Perú, al igual que en muchas otras naciones latinoamericanas, la situación de la empleabilidad es un tema crítico. El país ha avanzado en cuanto a la generación de empleo, pero aún enfrenta desafíos en la calidad del empleo y la preparación apropiada de los trabajadores. En el sector de ventas, las empresas como Ferreycorp SAA se ven enfrentadas a una necesidad urgente de mejorar las habilidades y competencias de sus colaboradores para poder competir competitivamente en el mercado.

A nivel nacional, la capacitación y el compromiso de los trabajadores siguen siendo áreas que requieren atención, fundamentalmente en sectores de

alta competitividad como el comercio y las ventas. Los colaboradores muchas veces no cuentan con las herramientas necesarias para desempeñar su trabajo de manera eficiente, lo que se traduce en ventas insuficientes y en la incapacidad de las empresas para aprovechar todas las oportunidades comerciales, la misma que se refleja en la empleabilidad.

El desempleo es un problema preocupante, ya que según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), se perdieron 90 mil puestos de trabajo durante noviembre 2022 a enero de 2023, esto se traduce en una disminución del 10.6 % en los jóvenes de 14 a 24 años en Lima Metropolitana. (Angulo, 2023)

En un mercado dinámico, la capacidad de los colaboradores para mantenerse empleables y concebir ventas impacta directamente en el éxito de las empresas. En el caso de Ferreycorp SAA en la Zona Huancayo, surge la necesidad de comprender cómo la empleabilidad de su equipo se traduce en resultados tangibles en términos de ventas.

En lo referente a la variable ventas, se debe mencionar que, en el entorno empresarial contemporáneo, la fuerza de ventas se enfrenta a la imperiosa necesidad de tener una diversidad de habilidades para destacar y competir de manera exitosa. Los tiempos en los que la eficacia del personal de ventas se limitaba a una presentación impactante y habilidades para cerrar tratos han quedado atrás. En la actualidad, la tarea de vender requiere una sinfonía de habilidades que se detallarán en la siguiente sección, donde analizaremos minuciosamente las características esenciales que definen las ventas en la era actual. Aquellos miembros del equipo de ventas que no logren alcanzar y abrazar estas características se encontrarán insuficientemente preparados para cumplir con eficacia sus responsabilidades laborales y por ende mantener su empleabilidad.

En el contexto de la Empresa Ferreycorp SAA en la Zona Huancayo, se ha identificado una necesidad de percibir y mejorar la relación entre la empleabilidad de los colaboradores y sus niveles de ventas. La empresa afronta el desafío de maximizar el rendimiento de su equipo, y existe la incertidumbre sobre cómo las habilidades, la formación y el compromiso laboral de los colaboradores influyen en sus resultados de ventas.

La principal pregunta de la investigación se enfoca en la relación entre la empleabilidad y las ventas de los colaboradores en Ferreycorp SAA Zona Huancayo. Es decir, ¿cómo se relacionan las competencias laborales, la capacitación, el compromiso y el clima laboral con los resultados comerciales de la empresa?

A partir del problema general, se identifican los siguientes problemas específicos que requieren ser analizados:

¿Cómo se relacionan las competencias laborales con las ventas de los colaboradores en Ferreycorp SAA Zona Huancayo, 2023? Las competencias laborales son cruciales para que los vendedores puedan abordar los desafíos del mercado. Este problema específico busca determinar de qué manera las habilidades, conocimientos y actitudes de los colaboradores impactan en el éxito de las ventas.

¿Cómo se relaciona la capacitación laboral con las ventas de los colaboradores en Ferreycorp SAA Zona Huancayo, 2023? La capacitación es un factor clave para el desarrollo profesional de los colaboradores. Este problema específico examina cómo los programas de formación y desarrollo influyen en la mejora de las ventas y en la competitividad del equipo comercial.

¿Cómo se relaciona el compromiso laboral con las ventas de los colaboradores en Ferreycorp SAA Zona Huancayo, 2023? El compromiso de los trabajadores con la empresa tiene un impacto directo en su rendimiento. Este

problema se enfoca en analizar cómo el grado de compromiso de los colaboradores afecta la motivación y, por ende, las ventas.

¿Cómo se relaciona el clima laboral con las ventas de los colaboradores en Ferreycorp SAA Zona Huancayo, 2023? El ambiente laboral influye significativamente en el desempeño de los colaboradores. Este problema específico busca identificar cómo un clima laboral favorable o desfavorable impacta en el desempeño de los vendedores y en los resultados comerciales de la empresa.

Con nuestra investigación se busca proporcionar una visión integral sobre cómo diversos factores relacionados con la empleabilidad de los colaboradores de Ferreycorp SAA Zona Huancayo inciden directamente en el desempeño de las ventas, con el objetivo de proponer soluciones que optimicen el rendimiento comercial de la empresa

Explorar la conexión entre la empleabilidad y las ventas no solo es esencial para el éxito de Ferreycorp SAA, sino que también arroja luz sobre la importancia de cultivar un entorno laboral que suscite el desarrollo continuo de los colaboradores. Este estudio busca contribuir no solo al ámbito empresarial, sino también al avance de prácticas laborales que sustentan tanto el crecimiento organizacional como el individual.

1.2. Delimitación de la investigación

Nuestra investigación cuenta con las siguientes delimitaciones:

1.2.1. *Delimitación Temporal*

El periodo de nuestro estudio alcanzo el año 2023.

1.2.2. *Delimitación Espacial*

Región: Junín.

Provincia: Huancayo

Distrito: El tambo

Dirección: Av. Mariscal Castilla Nro 2936.

1.2.3. *Delimitación Social*

La investigación abarca a los trabajadores de todos los niveles de la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo

1.2.4. *Delimitación Conceptual*

a) Empleabilidad:

“La empleabilidad hace referencia al conjunto de competencias que una persona posee, que le permiten acceder a un empleo y mantenerlo, satisfaciendo sus necesidades profesionales, económicas, de promoción y de desarrollo”. (Suárez, 2016, p. 71)

Ventas:

“El arte de persuadir a otros para que vean el valor que tienen tus productos o servicios y estén dispuestos a pagar por ellos” (Tracy, 2015, p. 37)

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿Cómo se relaciona la empleabilidad con las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023?

1.3.2. Problemas específicos

- a) ¿Cómo se relaciona las competencias laborales con las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023?
- b) ¿Cómo se relaciona la capacitación laboral con las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023?
- c) ¿Cómo se relaciona el compromiso laboral con las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023?

- d) ¿Cómo se relaciona el clima laboral con las ventas de los colaboradores en la
- e) Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023?

1.4. Formulación de objetivos

1.4.1. Objetivo general

Determinar el nivel de relación de la empleabilidad y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.

1.4.2. Objetivos específicos

- a) Establecer el nivel de relación de las competencias laborales y las Ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.
- b) Comprobar el nivel de relación de la capacitación laboral y las ventas de los
- c) Colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.
- d) Evidenciar el nivel de relación del compromiso laboral y las ventas de los
- e) Colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.
- f) Demostrar el nivel de relación del clima laboral y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.

1.5. Justificación de la investigación

1.5.1. Justificación Práctica

En el ámbito práctico, esta investigación sobre la empleabilidad y las ventas en Ferreycorp SAA Zona Huancayo, 2023, tiene una importancia concluyente para la toma de decisiones estratégicas. Al comprender cómo la empleabilidad de los colaboradores se relaciona directamente con sus niveles

de ventas, la empresa puede implementar políticas y programas de desarrollo específicos. Esto no solo mejorará el rendimiento individual de los colaboradores, sino que también contribuirá al crecimiento global de la empresa, generando un impacto positivo en su rentabilidad y sostenibilidad a largo plazo.

1.5.2. Justificación Teórica

Con la investigación se busca aportar al cuerpo de conocimientos existentes acerca de la intersección entre la empleabilidad y el rendimiento en ventas. Al profundizar en dimensiones de nuestro estudio como competencias laborales, capacitación, compromiso y clima laboral, con lo que se busca ampliar la comprensión teórica de cómo estos factores se relacionan con las ventas de los colaboradores, del mismo modo la conexión teórica que se establecerá contribuirá al desarrollo de marcos conceptuales sólidos aplicables no solo a Ferreycorp SAA, sino también a otras organizaciones que buscan mejorar la eficiencia de su fuerza laboral y sus resultados comerciales.

1.5.3. Justificación Metodológica

Desde el punto de vista metodológico, la aplicación de enfoques cuantitativos en la recopilación de datos permitirá una evaluación completa de la relación entre la empleabilidad y las ventas. La utilización de encuestas, entrevistas y análisis de desempeño proporcionaron datos importantes y diversos, admitiendo una comprensión más profunda de los factores en el juego. Esta metodología equilibrada garantiza la validez y confiabilidad de los instrumentos utilizados los cuales pueden servir a otras investigaciones.

1.5.4. Justificación de Conveniencia

La investigación es conveniente tanto para Ferreycorp SAA como para la comunidad empresarial en general. Para la empresa, el estudio ofrece una hoja de ruta clara para mejorar la empleabilidad de su personal y, por fin, aumentar las ventas. Y para otras empresas para que puedan hacer uso de los resultados encontrados en el estudio.

1.6. Limitaciones de la investigación

A parte de las limitaciones económicas que la gran mayoría de las investigaciones tiene, consideramos que la información recopilada a través de las encuestas (aplicación de los cuestionarios) pudo estar sujeta a reuniones donde los participantes alcanzaron proporcionar respuestas que consideren socialmente deseables o que minimicen ciertos aspectos.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudio

A continuación, exteriorizamos los principales antecedentes encontrados:

2.1.1. Antecedentes a Nivel Internacional

Mora et al. (2022) en la indagación “Gestión de ventas de los productos de comercialización compleja” cuyo objetivo principal fue “Establecer la relación que existe entre los sistemas de ventas aplicados por empresas y los niveles de rentabilidad”, fue una investigación de tipo básica o pura, con un enfoque básico, el método empleado fue el de la observación, así como el inductivo, la población fue de 30 personas, en su conclusión principal nos manifiestan que:

La empresa aplica estrategias administrativas que no favorecen la gestión y estrategias de ventas que no aportan a la ampliación del mercado, puesto que solo utilizan la visita puerta a puerta y no lo han realizado en todo el territorio local, los precios no son adecuados y los productos no son presentados en forma que capten la atención y creen la necesidad de adquirirlos en el público objetivo, la rentabilidad de la organización es baja. (p. 125)

Juárez y Marqués (2019) en la indagación “Aspectos de la competencia digital para la empleabilidad” el objetivo principal fue el de identificar los aspectos más necesarios para hacer uso de los importantes canales de búsqueda de empleo. Fue una investigación cuali-cuantitativa, ya que no solo se limitó a estudiar las principales competencias digitales para poder obtener y conservar el empleo en España, sino que también analizó entrevistas ejecutadas a más de 1200 personas que buscaban empleo las que fueron realizados entre el 2014 y 2017, en su principal conclusión nos manifiestan que:

Algunos expertos han matizado que hoy en día la Competencia Digital no es un valor añadido a la hora de encontrar trabajo, sino una necesidad equiparable a la de un idioma. De acuerdo a esta reflexión, el tener un nivel básico de esta competencia sería un requisito imprescindible para poder optar a un puesto de empleo y no una ventaja adicional que permita destacar por encima de otros candidatos. Si tenemos en cuenta estas opiniones, es todavía más palpable la necesidad de dedicar recursos a la alfabetización digital para todas las personas en búsqueda de empleo. (p. 82)

2.1.2. Antecedentes a Nivel Nacional

Zapata (2023) en la pesquisa “La empleabilidad y el trabajo decente en un laboratorio médico de Lima- Perú, 2021” su objetivo principal fue “Determinar la relación del desarrollo de las habilidades Blandas en la empleabilidad en los colaboradores de la ciudad de Lima a partir de la pandemia por COVID-19” (p. 4). La investigación fue de tipo aplicada, el método empleado fue el hipotético deductivo, de diseño no experimental, transversal, descriptivo y correlacional. La muestra fue de 385 personas, el instrumento empleado fue el cuestionario con su herramienta el cuestionario, en su principal conclusión nos manifiesta que:

De acuerdo al resultado de la investigación se puede afirmar que, existe un porcentaje alto de relación entre las habilidades blandas y la empleabilidad en los colaboradores de Lima a partir de la pandemia por COVID-19, este porcentaje obedece al de personas encuestadas donde afirmaron que el manejo de las habilidades blandas como la inteligencia emocional, la automotivación, autodisciplina, y autocontrol, les permite ser empleables luego de la pandemia. (p. 75)

Del Aguilera Alvarez et al. (2022) en la exploración “Competencias de Empleabilidad para Futuros Administradores Peruanos” que tuvo como finalidad “Describir las competencias más demandadas en el mercado laboral peruano para futuros administradores” (p. 203), fue una investigación cualitativa, de diseño exploratorio, tuvo como unidades de análisis las divulgaciones de los principales portales web de empleo que existen en el Perú, la información obtenida se analizó en el WebQDA, la muestra fue de 325 publicaciones, al finalizar en su principal conclusión nos mencionan que:

Se determinó las actitudes y aptitudes más demandadas por parte de las empresas peruanas. Así, las competencias duras son las más requeridas en un administrador, lo cual podría significar que los empleadores peruanos no son conscientes de lo importante que son las competencias blandas, al complementarse de forma óptima con las competencias duras. Además, las universidades deben estar enfocadas en la misión de formar profesionales capaces de enfrentar los desafíos laborales, así como tener docentes competentes para motivar y enseñar eficientemente a los estudiantes, que sepan sobre herramientas tecnológicas, metodologías, etc., que permitan una mejor calidad académica. (p. 209)

Asencios (2022) en la exploración “Estrategias de marketing digital para la mejora de las ventas en el centro comercial Acomerced – Huacho 2021” que

tuvo como objetivo principal “Determinar de qué manera las estrategias de marketing digital mejoran las ventas en el centro comercial Acomerced – Huacho 2021” (p. 13)

Arista (2022) en la indagación “Las habilidades blandas y su relación con la empleabilidad en los colaboradores de la ciudad de Lima a partir de la pandemia por COVID-19” que tuvo como objetivo principal “Determinar la relación del desarrollo de las habilidades Blandas en la empleabilidad en los colaboradores de la ciudad de Lima a partir de la pandemia por COVID-19” (p. 4), fue una investigación de tipo aplicada, el método empleado fue el hipotético deductivo, el diseño empleado es no experimental, transversal, descriptivo y correlacional, la muestra fue mediante el muestreo aleatorio simple, y fue de 385 personas, para recoger los datos se empleo un cuestionario, al final de su investigación nos menciona que:

De acuerdo al resultado de la investigación se puede afirmar que, existe un porcentaje alto de relación entre las habilidades blandas y la empleabilidad en los colaboradores de Lima a partir de la pandemia por COVID-19, este porcentaje obedece al de personas encuestadas donde afirmaron que el manejo de las habilidades blandas como la inteligencia emocional, la automotivación, autodisciplina, y autocontrol, les permite ser empleables luego de la pandemia. (p. 75)

2.1.3. Antecedentes a Nivel Regional

Estrada (2023) en la exploración “Gestión de ventas y su relación con la decisión de compra en Ópticas Chávez del distrito de Ate Vitarte, Lima – 2022” se propuso como objetivo general “Determinar de qué forma la gestión de ventas se relaciona con la decisión de compra en Ópticas Chávez del distrito de Ate Vitarte, Lima – 2022” (p. 3), la investigación fue de tipo básica, de nivel descriptivo, El método empleado fue inductivo – deductivo, el diseño empleado fue el no experimental, la muestra fue de 113 personas. Como técnica se tuvo

la encuesta y su instrumento el cuestionario, su conclusión principal nos menciona que:

Se determinó la relación entre la gestión de ventas y la decisión de compra en Ópticas Chávez del distrito de Ate Vitarte, Lima – 2022, siendo positiva, directa y significativa con un Rho de 0.565 y el p valor menor a 0,05, lo que indica, al aumentar la prospección de clientes, acercamiento al cliente, presentación del producto y cierre de ventas aumentara la decisión de compra. (p. 60)

2.2. Bases teóricas – científicas

2.2.1. Empleabilidad

Sumantra Ghoshal (Profesor de la London Business School), define “empleabilidad” como la “capacidad de una persona para conseguir y conservar un empleo, satisfaciendo sus necesidades económicas y de desarrollo”, lo que se puede considerar como la capacidad de un individuo para obtener y mantener un empleo, así como para adaptarse y avanzar en su carrera profesional.

Las primeras publicaciones sobre empleabilidad datan de los años cincuenta del siglo XX. En las publicaciones de esa década y de los años sesenta, la empleabilidad servía a un propósito económico: alcanzar el pleno empleo. En aquellos años de prosperidad y un mercado de trabajo tenso, el objetivo era conseguir que las personas desempleadas participasen en el sistema laboral. Las variables utilizadas para explicar la empleabilidad eran principalmente factores relacionados con la actitud, como la actitud hacia el trabajo o la percepción que la persona tiene de ella misma. Las medidas que se sugerían para promover la empleabilidad eran, sobre todo, intervenciones del gobierno para favorecer la incorporación al mercado de trabajo de personas hasta ese momento excluidas (o autoexcluidas) del mismo. (Future For Work Institute, 2017, p. 2)

La empleabilidad se dispone como un conjunto de habilidades esenciales que capacitan al individuo para mantenerse de manera efectiva en el panorama laboral. Dentro de estas competencias definidas se encuentra la flexibilidad, que no solo requiere la capacidad de afrontar y simular el cambio, sino también de adaptarse a entornos laborales nuevos, ubicaciones geográficas distintas, equipos de trabajo recién formados, metodologías y herramientas innovadoras, así como a nuevas responsabilidades y funciones. Esta flexibilidad, por ende, involucra no solo la disposición para abrazar transformaciones, sino también la posesión de aptitudes técnicas y de gestión que consentirán abordar rápidamente los desafíos que puedan surgir en el transcurso de la actividad laboral. La agilidad para resolver problemas se convierte así en un componente esencial de esta competencia, asegurando que el individuo no solo se mantenga vigente en el escenario laboral, sino que también contribuya de manera proactiva a su entorno laboral, independientemente de las dinámicas cambiantes que puedan surgir.

La empleabilidad, entendida como la capacidad que tiene un individuo para llenar las expectativas de perfil profesional que traza una organización con el objetivo de ocupar un puesto de trabajo determinado, resulta de mucho peso al momento de estudiar un fenómeno tan complejo como es el del empleo y el desempleo. La forma misma como se aborde la definición de empleabilidad determinará las relaciones entre empleador y empleado, y las competencias que debe tener una persona que desee hacer parte del mercado laboral ajustado a las necesidades y demandas de las organizaciones. (Gómez, 2012, p. 65)

Las competencias de empleabilidad se conceptualizan como conocimientos y destrezas que abarcan diversos campos, siendo esenciales en cualquier ámbito laboral. Estas competencias se exteriorizan principalmente en la capacidad para abordar y resolver problemas, especialmente en el contexto

laboral, aunque también tienen la versatilidad de ser desarrolladas para afrontar los desafíos de la vida cotidiana. Estas habilidades asientan a la consecución de metas que facilitan el acceso al empleo y fomentan la eficacia en los roles ocupacionales, lo que implica intrínsecamente la capacidad de adaptarse y aprender continuamente.

El término “empleabilidad” se refiere a las competencias y cualificaciones transferibles que refuerzan la capacidad de las personas para aprovechar las oportunidades de educación y de formación que se les presenten con miras a encontrar y conservar un trabajo decente, progresar en la empresa o al cambiar de empleo y adaptarse a la evolución de la tecnología y de las condiciones del mercado de trabajo. OIT, Recomendación 195 sobre el desarrollo de los recursos humanos, 2005)

2.2.2. Dimensiones de la empleabilidad

a) Competencias laborales:

Las competencias laborales se refieren al conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que un colaborador tiene y que son relevantes para desempeñar eficientemente y eficazmente sus responsabilidades laborales dentro de la organización.

La competencia tiene que ver en este caso con una combinación integrada de conocimientos, habilidades y actitudes conducentes a un desempeño adecuado y oportuno en diversos contextos. La flexibilidad y capacidad de adaptación resultan claves para el nuevo tipo de logro que busca el trabajo y la educación como desarrollo general para que las personas hagan algo con lo que saben. En anexo podrá encontrar algunos ejemplos de competencias. (Irigoin y Vargas, 2002, p. 14)

b) Capacitación laboral

La capacitación laboral se refiere al proceso de adquirir y mejorar las habilidades y conocimientos necesarios para desempeñar eficazmente una función laboral.

Según el contexto actual el cual se ve influenciado por un cambio tecnológico constante, la capacitación en la empresa, en el ámbito del personal tiene un papel fundamental para generar competitividad, por un lado, complementa la educación formal porque posibilita al trabajador apropiar los conocimientos y habilidades requeridas para utilizar la tecnología, adaptarla y eventualmente mejorarla. Asimismo, al estar orientada a proveer los conocimientos y habilidades que los empleados exigen para sus actividades diarias, es posible pensar que signifique rápidas y valiosas utilidades para la empresa. (Medina et al., 2021, p. 308)

c) Compromiso laboral

El compromiso laboral se refiere al grado de dedicación, entusiasmo y conexión emocional que un colaborador tiene hacia su trabajo y la organización.

Un alto nivel de compromiso laboral se corresponde con actitudes y comportamientos positivos que impactan en el rendimiento de los colaboradores.

d) Clima laboral

El clima laboral se refiere al ambiente psicológico y social en el ambiente de trabajo, la misma que afecta la motivación, la satisfacción y el desempeño laboral de los colaboradores.

El clima laboral se refiere al contexto de trabajo, caracterizado por un conjunto de aspectos tangibles e intangibles que están

presentes de forma relativamente estable en una determinada organización, y que afecta a las actitudes, motivación y comportamiento de sus miembros y, por tanto, al desempeño de la organización. Puede ser percibido y descrito por los integrantes de la organización y por tanto, medido desde un punto de vista operativo a través del estudio de sus percepciones y descripciones, o mediante la observación y otras medidas objetivas. Aun reflejando el estado de la organización en un momento determinado, el clima laboral puede cambiar, siendo los propios miembros, pero muy especialmente, los líderes de la organización, los principales agentes en la generación de cambios. (Bordas, 2016, p. 26)

Figura 1 Dimensiones de la variable empleabilidad



Elaborado con Napkin.ai

2.2.3. Ventas

Es muy complejo definir la variable "Ventas". Toda vez que abraza desde la persuasión y la psicología del consumidor hasta las teorías que abordan el comportamiento del consumidor y el ciclo de vida del producto, Es decir tiene un enfoque multidimensional el mismo que permite una comprensión más profunda de los factores que influyen en el rendimiento de ventas y orienta hacia

estrategias efectivas para mejorar la efectividad del equipo de ventas. Para ello es importante el análisis de ventas, el mismo que según Anderson et al. (2012)

Se puede describir como el conjunto, la clasificación, la comparación y la evaluación de las cifras de ventas de una organización. Todas las organizaciones juntan y clasifican datos de ventas como una referencia sobre la que se construyen sus registros de contabilidad y estados de cuenta. Para los gerentes de ventas, las cifras de ventas son las más visibles de forma inmediata y un medio disponible para juzgar qué tan bien se desempeña una organización. Los gerentes de ventas por lo general usan análisis de ventas para evaluar el desempeño actual comparado con las ventas pasadas, las ventas de la competencia o pronósticos de ventas. A partir de estas evaluaciones, la gerencia decide la dirección y escala de esfuerzos de ventas futuros. (p. 522)

De acuerdo con Jobber y Lancaster (2012) La mención de la palabra venta crea diversas respuestas. “Evoca una gran proporción de respuestas negativas, incluso hostiles, que incluyen “inmoral”, “deshonesto”, “desagradable”, “degradante” e “inservible”. ¿Está justificada una percepción tan desfavorable? Nosotros creemos que no. De hecho, las actitudes fundamentales para vender surgen de muchas malas interpretaciones de las ventas”. (p. 12)

El proceso de la administración de ventas

El proceso de la “administración de ventas”, o el proceso de la “buena administración de la fuerza de ventas” de una organización, según Johnston y Marshall (2009) incluye tres pasos a seguir en un programa de ventas:

- 1. Formulación:** El programa de ventas la empresa debe tomar en cuenta los factores del ambiente que afronta la empresa. “Los ejecutivos de ventas organizan y planean las actividades generales de las ventas personales y las suman a los demás elementos de la estrategia de marketing de la empresa”. (p. 10)

2. Aplicación: Esta etapa, llamada también de “implantación”, alcanza la “selección del personal de ventas adecuado, así como diseñar e implantar las políticas y los procedimientos que encaminarán los esfuerzos hacia los objetivos deseados” (p. 10)
3. Evaluación y control: involucra obtener métodos para observar y evaluar el ejercicio de la fuerza de ventas. “Cuando el desempeño no es satisfactorio, la evaluación y el control permiten hacer ajustes al programa de ventas o a su aplicación”. (Johnston y Marshall, 2009, p. 9)

Dimensiones de la variable ventas

Figura 2 Dimensiones de ventas



Elaborado con Napkin.ai

a) Relación con los Clientes

La relación con los clientes es un aspecto esencial que determina la lealtad y la satisfacción del cliente. Una buena relación se traduce en una mayor retención de clientes y en la posibilidad de obtener referencias. Para mejorar esta dimensión, es fundamental:

- **Comunicación efectiva:** Mantener un canal de comunicación abierto y transparente con los clientes.
- **Atención personalizada:** Adaptar las interacciones y ofertas a las necesidades específicas de cada cliente.

- **Feedback constante:** Solicitar y actuar sobre las opiniones de los clientes para mejorar productos y servicios.

b) Eficiencia en las Ventas

La eficiencia en las ventas se refiere a la capacidad de convertir oportunidades en ventas efectivas de manera rápida y con el menor costo posible.

Para optimizar esta dimensión, se pueden implementar las siguientes prácticas:

- **Capacitación continua:** Proporcionar formación regular a los equipos de ventas para mejorar sus habilidades y conocimientos.
- **Uso de tecnología:** Implementar herramientas de CRM y automatización para agilizar procesos y seguimiento de clientes.
- **Ánalisis de datos:** Utilizar métricas y análisis para identificar áreas de mejora y ajustar tácticas de ventas.

c) Estrategias de Ventas

Las estrategias de ventas son los planes y métodos que se manejan para alcanzar los objetivos de ventas. Una estrategia bien definida puede marcar la diferencia en el rendimiento de ventas. Algunas estrategias efectivas incluyen:

- **Segmentación de mercado:** Identificar y dirigirse a segmentos específicos del mercado que sean más propensos a comprar.
- **Ofertas y promociones:** Crear incentivos atractivos para motivar a los clientes a realizar compras.
- **Alianzas estratégicas:** Colaborar con otras empresas para ampliar el alcance y las oportunidades de ventas.

2.3. Definición de términos básicos

- **Adaptabilidad al Cambio:** Medición de la capacidad para ajustarse a nuevas situaciones y cambios en el entorno laboral.
- **Afectivo:** El apego emocional y la identificación con la empresa.
- **Capacitar:** “Preparar al personal para cierto tipo de comportamiento o conducta laboral, y brindar instrucción especializada y práctica sobre los diferentes procedimientos de trabajo”.
- **Continuidad:** La percepción de continuar laborando en la empresa.
- **Fuerza de ventas:** La fuerza de ventas es el conjunto de todos los recursos (humanos, financieros, materiales, económicos) que una empresa utiliza para poder vender sus productos o servicios (Donnini, 2019)
- **Habilidades Técnicas:** Medición del dominio de las habilidades específicas requeridas para el trabajo.
- **Lealtad a la Empresa:** Medición de la disposición de los colaboradores a permanecer en la empresa a largo plazo.
- **Normativo:** El sentido de obligación, responsabilidad y cumplimiento de la normatividad de la empresa. (Koontz et. al, 2012)
- **Participación Activa en Proyectos:** Evaluación de la participación voluntaria y entusiasta en proyectos y actividades laborales.
- **Resolución de Problemas:** Evaluación de la habilidad para abordar y resolver desafíos laborales. (Kotler, 2003)

2.4. Formulación de hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

Es alto el nivel de relación de la empleabilidad y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.

2.4.2. Hipótesis específicas

- a. Es alto el nivel de relación de las competencias laborales y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.
- b. Es alto el nivel de relación de la capacitación laboral y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.
- c. Es alto el nivel de relación del compromiso laboral y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.
- d. Es alto el nivel de relación del clima laboral y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.

2.5. Identificación de variables

Variable 1 (V₁)

Empleabilidad

Variable 2 (V₂)

Ventas de los Colaboradores

2.6. Definición operacional de variables e indicadores

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	ITEMS
Empleabilidad	“La empleabilidad hace referencia al conjunto de competencias que una persona posee, que le permiten acceder a un empleo y mantenerlo, satisfaciendo sus necesidades profesionales, económicas, de promoción y de desarrollo”. (Suárez, 2016, 71)	Competencias laborales	1,2,3,
		Capacitación laboral	4,5,6,
		Compromiso laboral	7,8,9,
		Clima laboral	10.11.12.

Ventas	"El arte de persuadir a otros para que vean el valor que tienen tus productos o servicios y estén dispuestos a pagar por ellos" (Tracy, 2015)	Relación con los clientes	1,2,3, 4,5,6,
		Eficiencia en las ventas	7,8,9.

CAPITULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

Sera de tipo básica, ya que Según Ñaupas et al. (2018) Este tipo de investigación, se caracteriza por centrarse en la generación de conocimiento sin perseguir objetivos económicos o productivos inmediatos. Este tipo de investigación se induce fundamentalmente por la curiosidad intelectual y el firme deseo de extender los límites del saber. (p. 134)

3.2. Nivel de investigación

El presente estudio se desarrolla bajo un nivel descriptivo-correlacional. Se considera descriptivo porque según Ñaupas et al. (2018) tiene como objetivo principal recopilar y analizar datos sobre las características, propiedades y dimensiones de las variables en estudio, permitiendo una clasificación detallada de los elementos involucrados, tales como personas, instituciones y procesos, tanto en contextos sociales como organizacionales (p. 134).

Por otro lado, el estudio también es de nivel correlacional, ya que busca identificar y analizar la relación existente entre las variables Empleabilidad y Ventas dentro de la empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo. Para Bernal (2016), un estudio correlacional tiene como propósito examinar la asociación

entre dos o más variables, determinando la intensidad y dirección de dicha relación (p. 147).

3.3. **Métodos de investigación**

Como método general se manejó el Método Científico; el mismo que para Bernal (2016) “Hace referencia al conjunto de procedimientos que, mediante el uso de técnicas e instrumentos convenientes, permite analizar y resolver un problema o una serie de problemas de investigación de manera sistemática y estructurada”. (p. 55)

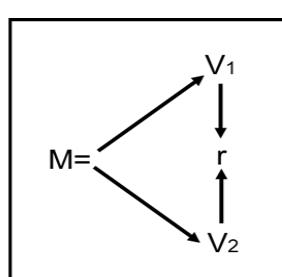
Como método específico se ha manejado el Método inductivo - deductivo, al respecto Bernal (2010) menciona que “Este método de inferencia se basa en la lógica y estudia hechos particulares, aunque es deductivo en un sentido (parte de lo general a lo particular) e inductivo en sentido contrario (va de lo particular a lo general)”. (p. 60).

3.4. Diseño de investigación

De acuerdo con Hernández Sampieri et al. (2017) “Se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea y responder al planteamiento del problema” (p. 97).

Se utilizará el diseño no experimental de Corte Transversal, cuyo objetivo es la recolección de datos para indagar la explicación y el interés del estudio, así como para poder medir el grado de incidencia de la variable independiente (V_1) sobre la dependiente (V_2), de acuerdo a la figura siguiente:

Figura 3 *Diseño de la investigación*



Donde:

M : Muestra de estudio r : Relación de las variables
V₁ : Empleabilidad
V₂ : Ventas

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

Según Carrasco (2009) “la población Es el conjunto de todos los elementos (unidades de análisis) que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla la investigación”, para el caso son todos los colaboradores de Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, que según las fuentes obtenidas son 25 personas entre directivos y trabajadores.

3.5.2. Muestra

De acuerdo con Blanco (2011) “Es una porción de sujetos que deberá ser representativa si se quiere generalizar los resultados al total de la población”. (p. 63), en nuestro caso al asumir una población pequeña y manejable, no se tendrá muestra, trabajará con toda la población, es decir los 25 individuos.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnicas

Se empleo como técnica principal la encuesta, la misma que de acuerdo con Ocegueda (2004) es una “Herramienta que nos permite el acopio de datos mediante consulta o interrogatorio. Puede ser administrado en forma oral o escrita con el propósito de averiguar hechos, opiniones y actitudes”. (p. 95)

3.6.2. Instrumentos

El instrumento que se ejecutó para recoger nuestra información es el cuestionario, el mismo que según define Tamayo y Tamayo (2003) “contiene los aspectos del fenómeno que se consideran esenciales; permite, además, aislar ciertos problemas que nos interesan principalmente; reduce la realidad a cierto

número de datos esenciales y precisa el objeto de estudio" (p. 135), de ejecutó un cuestionario por cada variable.

3.7. Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación

3.7.1. Selección del Instrumento de Investigación

Para la recolección de datos, se optó por el uso de un cuestionario estructurado como instrumento principal, debido a su eficacia para obtener información cuantificable sobre las variables de estudio: Empleabilidad y Ventas. Este cuestionario estuvo compuesto por ítems basados en escalas tipo Likert de cinco niveles, que permitieron medir el nivel de acuerdo o frecuencia de los encuestados respecto a cada indicador.

La selección del cuestionario se fundamentó en su capacidad para recolectar información relevante de manera rápida y accesible, garantizando la obtención de datos objetivos y comparables tal como se puede observar en el anexo 1.

3.7.2. Validación del Instrumento

Para asegurar la pertinencia y claridad del cuestionario, se llevó a cabo un proceso de validación en dos fases:

- a) **Validación por Juicio de Expertos:** Se consultó a especialistas en gestión de recursos humanos, ventas e investigación académica, quienes evaluaron la redacción, pertinencia y adecuación de los ítems en relación con las variables y dimensiones de estudio. A partir de sus observaciones, se realizaron ajustes en la redacción y formulación de algunas preguntas.
- b) **Prueba Piloto:** Se aplicó el cuestionario a una pequeña muestra de colaboradores de la empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, similar a la muestra final, con el propósito de identificar posibles dificultades en la comprensión de las preguntas. Los resultados permitieron hacer ajustes menores antes de la aplicación definitiva.

c) **Confiabilidad del Instrumento** Para evaluar la confiabilidad del cuestionario, se utilizó el Coeficiente Alfa de Cronbach, una medida estadística que determina la consistencia interna de los ítems dentro de cada dimensión, tal como se aprecia en las tablas siguientes:

Tabla 1 *Estadística de fiabilidad Alfa de Cronbach para el cuestionario de la variable empleabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,917	12

Fuente: Determinado con el SPSS V. 26

Tabla 2 *Estadísticas de fiabilidad Alfa de Cronbach para el cuestionario de la variable ventas*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,906	9

Fuente: Determinado con el SPSS V. 26

3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

De acuerdo con Pardo et al, (2012). “El análisis de datos es un conjunto de procedimientos diseñados para resumir y organizar datos con el objetivo de extraer información y elaborar conclusiones”. (p. 17)

El tratamiento y procesamiento de la información recogida mediante la aplicación de los instrumentos, siguió el procedimiento siguiente:

- a) Revisión,
- b) Codificación,
- c) Tabulación,
- d) Procesamiento y
- e) Análisis Estadístico.

Para lo cual en primer lugar se utilizar el paquete estadístico Excel y luego se trabajará con el Software Estadístico SPSS Versión 26.

3.9. Tratamiento estadístico

Las técnicas estadísticas que empleamos en nuestra exploración alcanzan dos momentos específicos:

3.9.1. Estadística descriptiva:

En un primer momento, se realizó el análisis e interpretación descriptiva de las variables y dimensiones, construyendo las tablas de frecuencias y su representación gráfica (figura) correspondiente. Con el apoyo del SPSS V. 26

3.9.2. Estadística inferencial:

Se ejecutó para la prueba de hipótesis general, como de las hipótesis específicas. Se evaluarán los datos con la prueba de normalidad, enseguida se realizará la prueba de correlación de rho de Spearman, por ser variables categóricas.

3.10. Orientación ética filosófica y epistémica

Nuestra investigación tuvo en consideración lo estipulado por las normas de la “American Psychological Association - APA” (2020), así como lo dispuesto en el “Reglamento de grados y títulos de la UNDAC”.

Para ello se tuvo en consideración el respeto al derecho de privacidad de nuestros informantes, los instrumentos fueron aplicados de forma anónima y se tendrá el consentimiento de los colaboradores que participan de la investigación, así mismo se solicitó la autorización de los encargados de la organización materia de estudio.

Se respetaron los principios de confidencialidad, consentimiento informado y voluntariedad de los participantes. Asimismo, se garantizó la integridad de los datos y la objetividad en el análisis de los resultados, evitando sesgos o manipulaciones que pudieran comprometer la veracidad del estudio.

El estudio se enmarco en un enfoque positivista, dado que busca establecer relaciones cuantificables entre las variables de empleabilidad y ventas. Además, se apoya en el racionalismo y el empirismo para generar conocimiento basado en la observación y el análisis sistemático de los datos obtenidos.

Desde una perspectiva epistemológica, la investigación adoptó un paradigma cuantitativo, sustentado en la medición objetiva de las variables y en la aplicación de métodos estadísticos para validar las hipótesis. Se empleo un enfoque correlacional, que permite identificar la relación entre la empleabilidad y las ventas de los colaboradores, brindando así evidencia científica sobre el fenómeno estudiado.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Descripción del trabajo de campo

El trabajo de campo de la investigación se llevó a cabo en las instalaciones de la empresa estudiada con el objetivo de recopilar datos primarios que permitieran analizar la relación entre nuestras variables. Para ello, se diseñó una metodología rigurosa que garantizara la validez y fiabilidad de los resultados obtenidos.

Para lo cual, se elaboró un cuestionario estructurado con preguntas cerradas y escalas de medición tipo Likert, con el fin de evaluar los indicadores de ambas variables.

El levantamiento de la información se realizó de manera presencial, según la disponibilidad de los colaboradores. Se garantizó la confidencialidad y anonimato de los participantes para fomentar respuestas sinceras y objetivas.

Una vez recopilada la información, los datos fueron ingresados y procesados mediante el software estadístico SPSS, donde se realizaron pruebas de confiabilidad, análisis descriptivos y correlacionales, incluyendo la prueba de Spearman, con el propósito de determinar la relación entre las variables estudiadas.

4.2. Presentación, análisis e interpretación de resultados

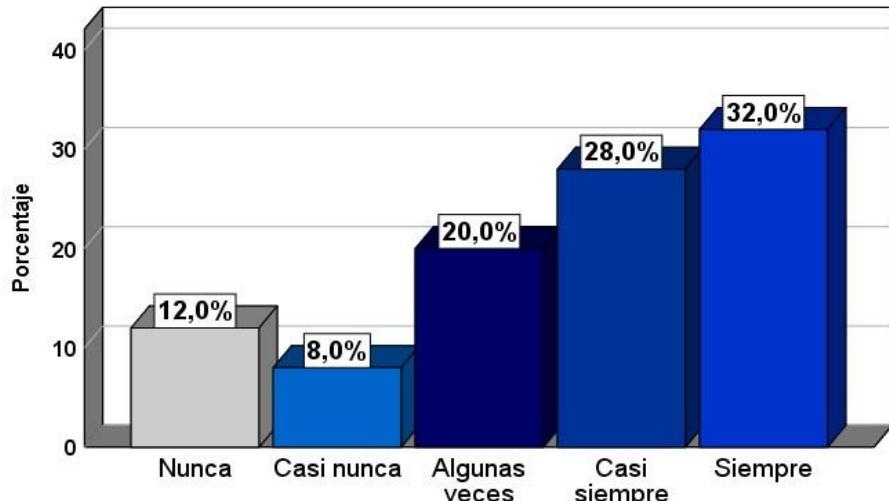
4.2.1. Variable empleabilidad

Tabla 3 Variable empleabilidad agrupado

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	12,0
Casi nunca	2	8,0
Algunas veces	5	20,0
Casi siempre	7	28,0
Siempre	8	32,0
Total	25	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado

Figura 4 Variable empleabilidad agrupado



Interpretación:

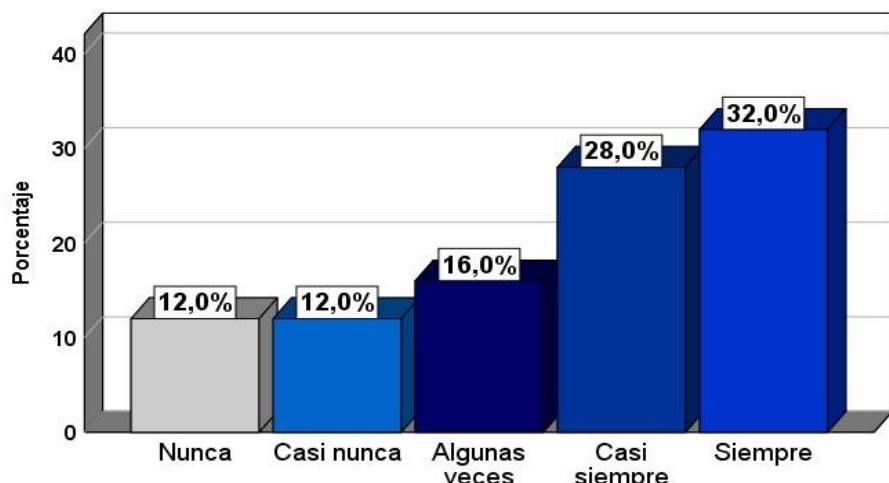
Los resultados que se muestran en la tabla 3 y figura 4, nos indican que del 100% de los trabajadores encuestados, el 32% mencionaron que siempre se consideraron ser empleables dentro de la empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo durante el año 2023, el 28% opinaron que casi siempre, 20% indicaron que algunas veces, 12% consideraron que nunca y 8% señalaron que casi nunca.

Tabla 4 ¿Considera que al momento de realizar su trabajo pone en práctica sus habilidades

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	12,0
Casi nunca	2	8,0
Algunas veces	5	20,0
Casi siempre	7	28,0
Siempre	8	32,0
Total	25	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado

Figura 5 ¿Considera que al momento de realizar su trabajo pone en práctica sus habilidades técnicas?



Interpretación:

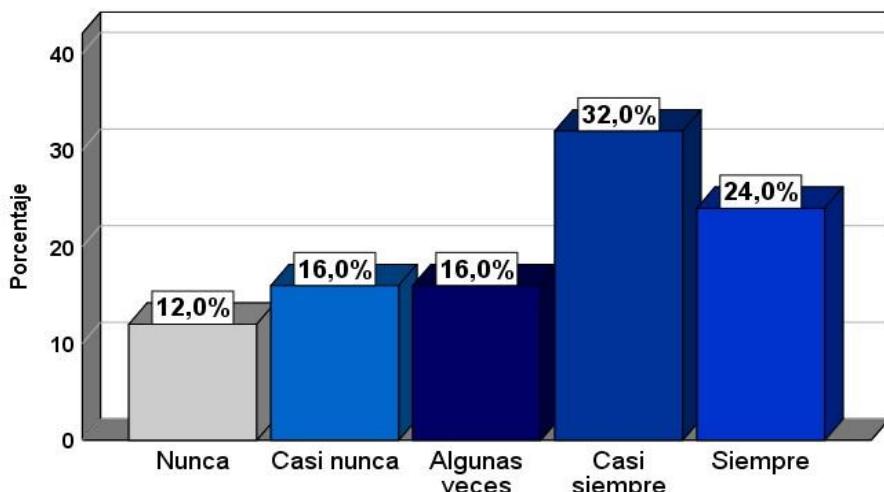
Los resultados que se muestran en la tabla 4 y figura 5, nos indican que del 100% de los trabajadores encuestados, el 32% consideran que siempre al momento de realizar su trabajo pusieron en práctica sus habilidades técnicas dentro de la empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo durante el año 2023, el 28% opinaron que casi siempre, 16% indicaron que algunas veces, 12% discurrieron que casi nunca, igual 12% señalaron que nunca.

Tabla 5 ¿Cuándo se le presentan dificultades al momento de realizar sus labores, los resuelve con facilidad?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	12,0
Casi nunca	4	16,0
Algunas veces	4	16,0
Casi siempre	8	32,0
Siempre	6	24,0
Total	25	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado

Figura 6 ¿Cuándo se le presentan dificultades al momento de realizar sus labores, los resuelve con facilidad?



Interpretación:

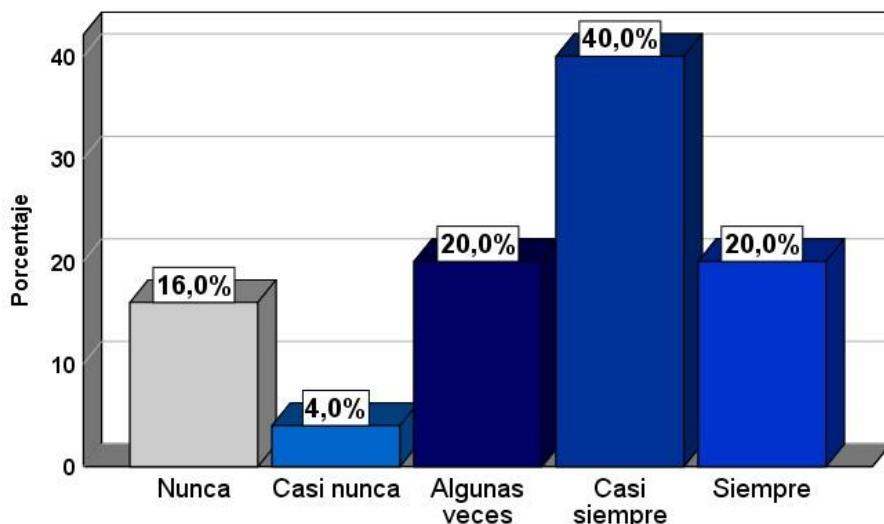
Los resultados que se muestran en la tabla 5 y figura 6, nos indican que del 100% de los trabajadores encuestados, el 32% consideran que casi siempre cuándo se le presentan dificultades al momento de realizar sus labores, los resuelve con facilidad en la empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo durante el año 2023, el 24% opinaron que siempre, 16% indicaron que algunas veces, igual 16% mencionaron que casi nunca y el 12% señalaron que nunca.

Tabla 6 ¿Ante los cambios que se presentan en su empresa, se adapta con facilidad?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	16,0
Casi nunca	1	4,0
Algunas veces	5	20,0
Casi siempre	10	40,0
Siempre	5	20,0
Total	25	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado

Figura 7 ¿Ante los cambios que se presentan en su empresa, se adapta con facilidad?



Interpretación:

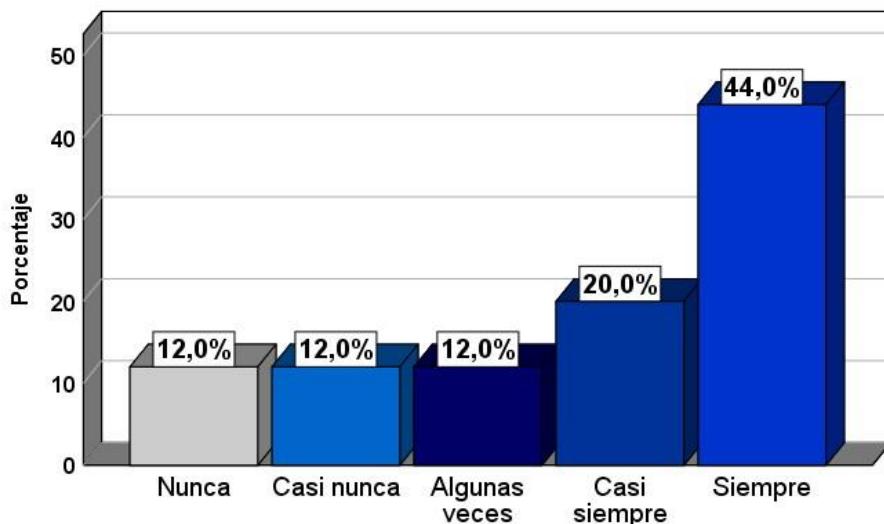
Los resultados que se muestran en la tabla 6 y figura 7, nos indican que del 100% de los trabajadores encuestados, el 40% consideran que casi siempre ante los cambios que se presentan en la empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo durante el año 2023, se adaptaron con facilidad, el 20% opinaron que siempre, igual 20% indicaron que algunas veces, 16% mencionaron que nunca y el 4 casi nunca.

Tabla 7 ¿Existen programas de capacitación laboral en su empresa?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	12,0
Casi nunca	3	12,0
Algunas veces	3	12,0
Casi siempre	5	20,0
Siempre	11	44,0
Total	25	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado

Figura 8 ¿Existen programas de capacitación laboral en su empresa?



Interpretación:

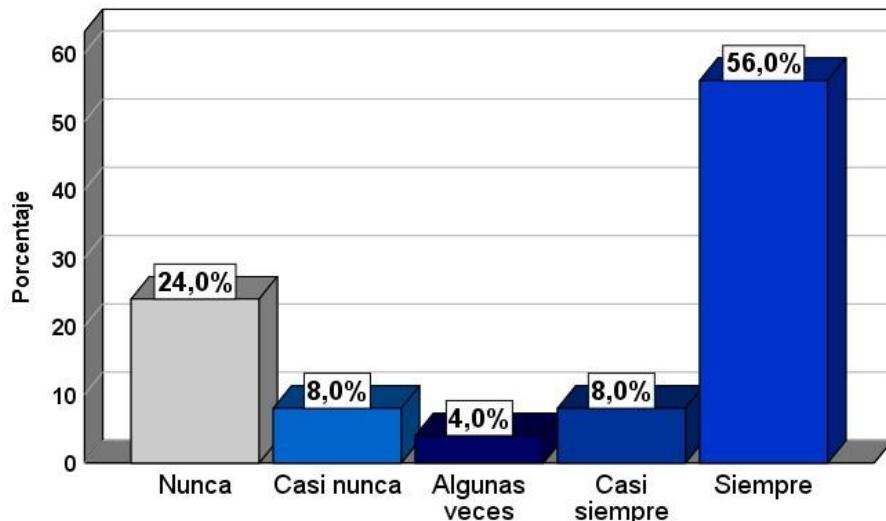
Los resultados que se muestran en la tabla 7 y figura 8, nos indican que del 100% de los trabajadores encuestados, el 44% consideran que siempre existen programas de capacitación laboral en la empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo durante el año 2023, el 20% opinaron que casi siempre, un 12% indicaron que algunas veces, igual 12% mencionaron que nunca, así mismo el 12 casi nunca.

Tabla 8 ¿Se capacita para poder realizar mejor sus labores?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	6	24,0
Casi nunca	2	8,0
Algunas veces	1	4,0
Casi siempre	2	8,0
Siempre	14	56,0
Total	25	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado

Figura 9 ¿Se capacita para poder realizar mejor sus labores?



Interpretación:

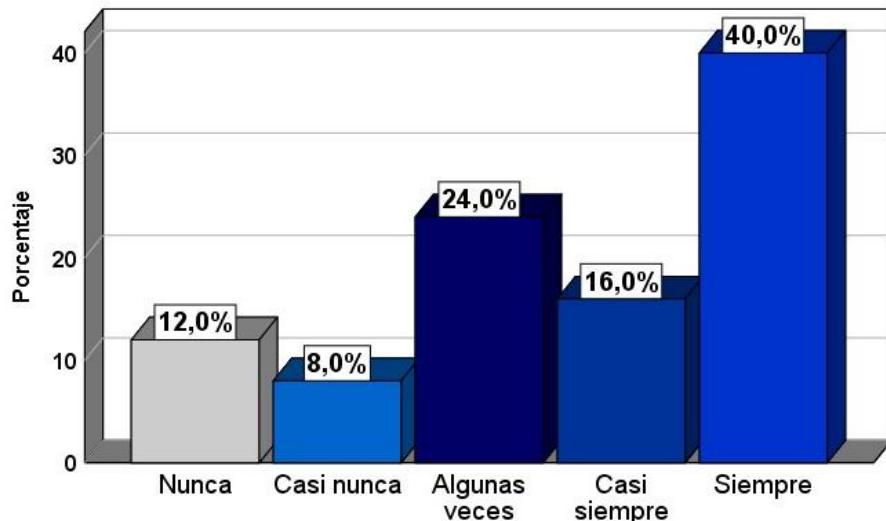
Los resultados que se muestran en la tabla 8 y figura 9, nos indican que del 100% de los trabajadores encuestados, el 56% consideran que siempre se capacita para poder realizar mejor sus labores en la empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo durante el año 2023, el 24% opinaron que nunca, un 8% indicaron que casi siempre, igual 8% mencionaron que casi nunca, así mismo el 4 algunas veces.

Tabla 9 ¿Aplica los conocimientos adquiridos en su capacitación?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	12,0
Casi nunca	2	8,0
Algunas veces	6	24,0
Casi siempre	4	16,0
Siempre	10	40,0
Total	25	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado

Figura 10 ¿Aplica los conocimientos adquiridos en su capacitación?



Interpretación:

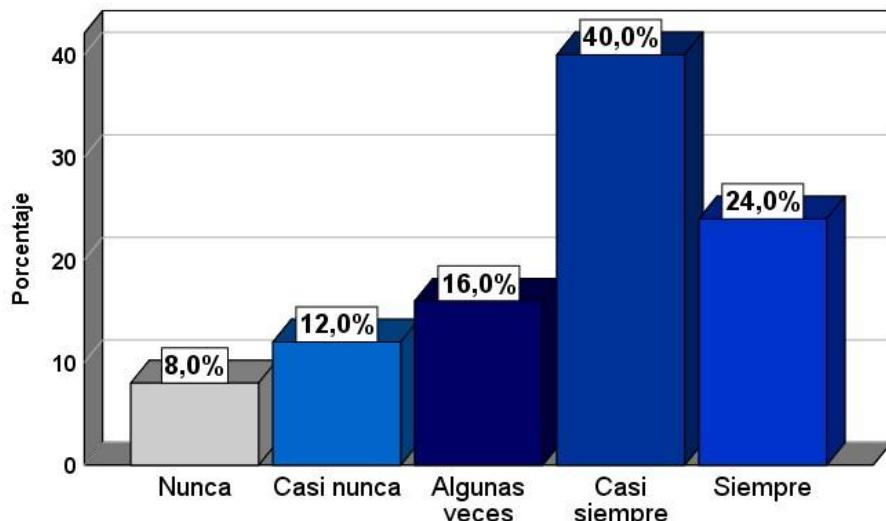
Los resultados que se muestran en la tabla 9 y figura 10, nos indican que del 100% de los trabajadores encuestados, el 40% consideran que siempre aplicaron los conocimientos adquiridos en su capacitación en sus labores en la empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo durante el año 2023, el 24% opinaron que algunas veces, un 16% indicaron que casi siempre, el 12% mencionaron que nunca, así mismo el 8% señalaron que casi nunca.

Tabla 10 ¿Se siente identificado con la empresa?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	8,0
Casi nunca	3	12,0
Algunas veces	4	16,0
Casi siempre	10	40,0
Siempre	6	24,0
Total	25	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado

Figura 11 ¿Aplica los conocimientos adquiridos en su capacitación?



Interpretación:

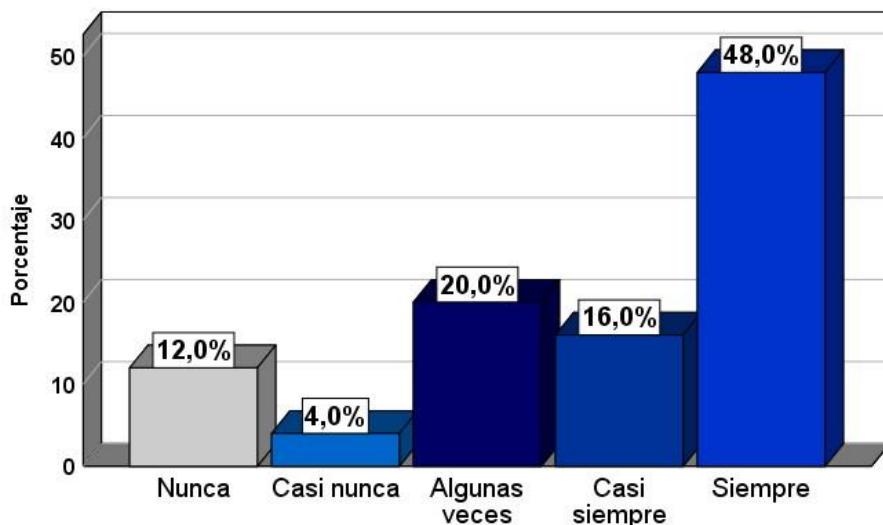
Los resultados que se muestran en la tabla 10 y figura 11, nos indican que del 100% de los trabajadores encuestados, el 40% consideran que casi siempre se sintieron identificados con la empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo durante el año 2023, el 24% opinaron que casi siempre, un 16% indicaron que algunas veces, el 12% mencionaron que casi nunca, así mismo el 8% señalaron que nunca.

Tabla 11 ¿Siente que reconocen su esfuerzo y eso lo motiva a continuar en la empresa?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	12,0
Casi nunca	1	4,0
Algunas veces	5	20,0
Casi siempre	4	16,0
Siempre	12	48,0
Total	25	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado

Figura 12 ¿Siente que reconocen su esfuerzo y eso lo motiva a continuar en la empresa?



Interpretación:

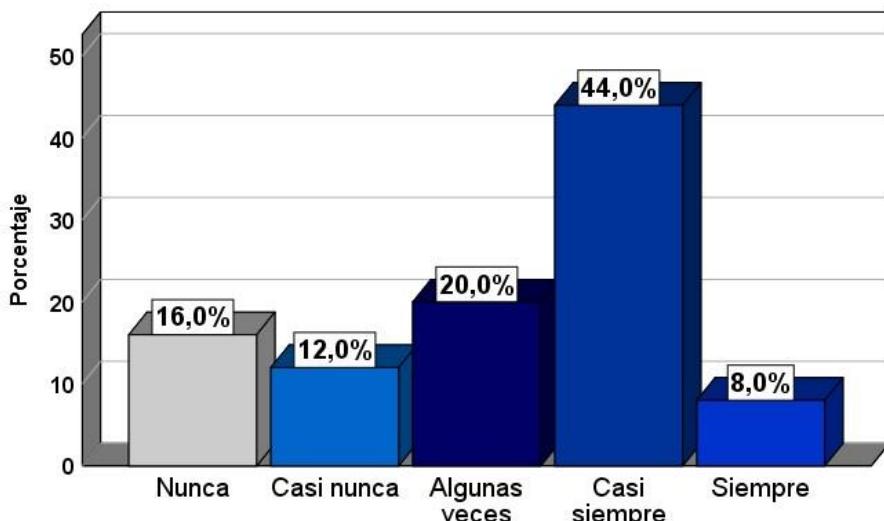
Los resultados que se muestran en la tabla 11 y figura 12, nos indican que del 100% de los trabajadores encuestados, el 48% consideran que casi siempre siente que reconocen su esfuerzo y eso lo motiva a continuar en la empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, el 20% opinaron que algunas veces, un 16% indicaron que casi siempre, el 12% mencionaron que nunca, así mismo el 4% señalaron que casi nunca.

Tabla 12 ¿Cumple con rigurosidad los reglamentos de la empresa?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	16,0
Casi nunca	3	12,0
Algunas veces	5	20,0
Casi siempre	11	44,0
Siempre	2	8,0
Total	25	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado

Figura 13 ¿Cumple con rigurosidad los reglamentos de la empresa?



Interpretación:

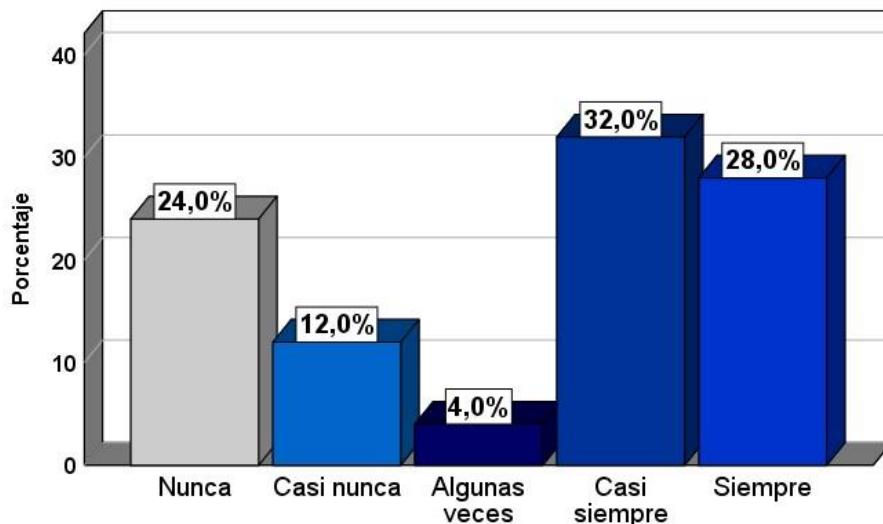
Los resultados que se muestran en la tabla 12 y figura 13, nos indican que del 100% de los trabajadores encuestados, el 44% consideran que casi siempre cumplió con rigurosidad los reglamentos de la empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo durante el año 2023, el 20% opinaron que algunas veces, un 16% indicaron que nunca, el 12% mencionaron que casi nunca, así mismo el 8% señalaron que siempre.

Tabla 13 ¿Considera que existe una comunicación efectiva con sus colegas y superiores?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	6	24,0
Casi nunca	3	12,0
Algunas veces	1	4,0
Casi siempre	8	32,0
Siempre	7	28,0
Total	25	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado

Figura 14 ¿Considera que existe una comunicación efectiva con sus colegas y superiores?



Interpretación:

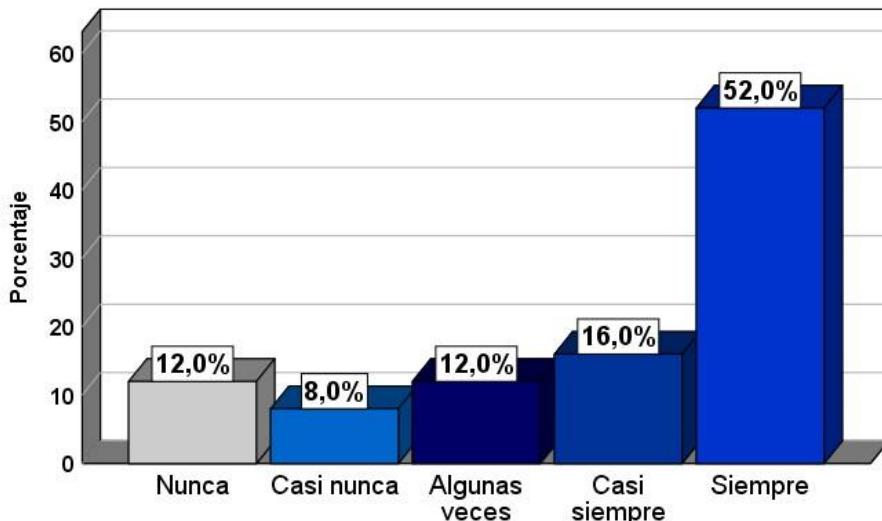
Los resultados que se muestran en la tabla 13 y figura 14, nos indican que del 100% de los trabajadores encuestados, el 32% consideran que casi siempre existió una comunicación efectiva con sus colegas y superiores de la empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo durante el año 2023, el 28% opinaron que siempre, un 24% indicaron que nunca, el 12% mencionaron que casi nunca, así mismo el 4% señalaron que algunas veces.

Tabla 14 ¿Considera que se practica el trabajo en equipo dentro de su empresa?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	12,0
Casi nunca	2	8,0
Algunas veces	3	12,0
Casi siempre	4	16,0
Siempre	13	52,0
Total	25	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado

Figura 15 ¿Considera que se practica el trabajo en equipo dentro de su empresa?



Interpretación:

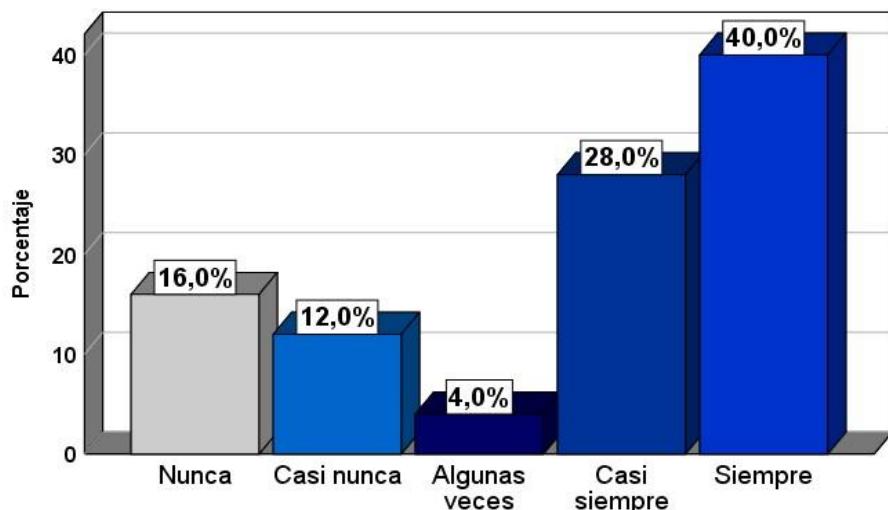
Los resultados que se muestran en la tabla 14 y figura 15, nos indican que del 100% de los trabajadores encuestados, el 52% consideran que siempre se practicó el trabajo en equipo en la empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo durante el año 2023, el 16% opinaron que casi siempre, un 12% indicaron que algunas veces, igual el 12% nos mencionaron que algunas veces, así mismo el 8% señalaron que casi nunca.

Tabla 15 ¿Considera que sus superiores se preocupan por evitar que existan conflictos laborales?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	16,0
Casi nunca	3	12,0
Algunas veces	1	4,0
Casi siempre	7	28,0
Siempre	10	40,0
Total	25	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado

Figura 16 ¿Considera que sus superiores se preocupan por evitar que existan conflictos laborales?



Interpretación:

Los resultados que se muestran en la tabla 15 y figura 16, nos indican que del 100% de los trabajadores encuestados, el 40% consideran que siempre sus superiores se preocuparon por evitar que existieran conflictos laborales en la empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo durante el año 2023, el 28% opinaron que casi siempre, un 16% indicaron que nunca, el 12% nos mencionaron que casi nunca, así mismo el 4% señalaron que algunas veces.

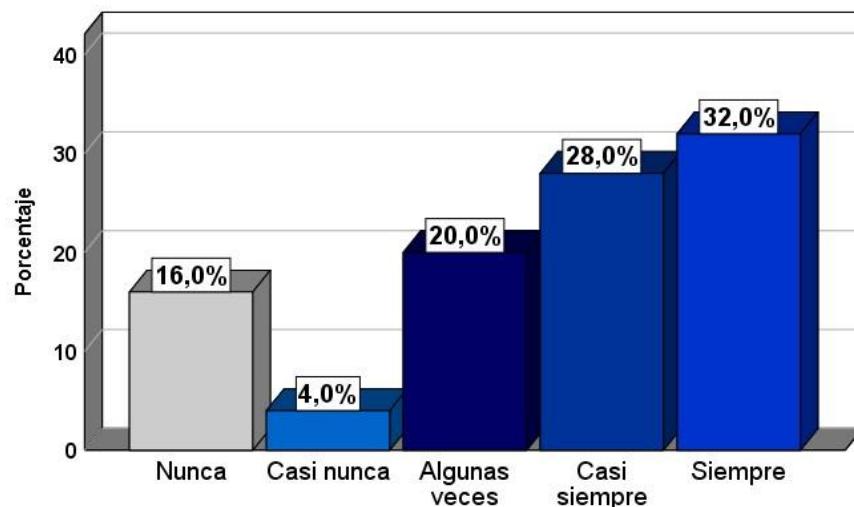
4.2.2. Variable Ventas

Tabla 16 Variable ventas agrupado

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	16,0
Casi nunca	1	4,0
Algunas veces	5	20,0
Casi siempre	7	28,0
Siempre	8	32,0
Total	25	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado

Figura 17 ¿Considera que mantiene buenas relaciones tanto con los clientes internos como externos?



Interpretación:

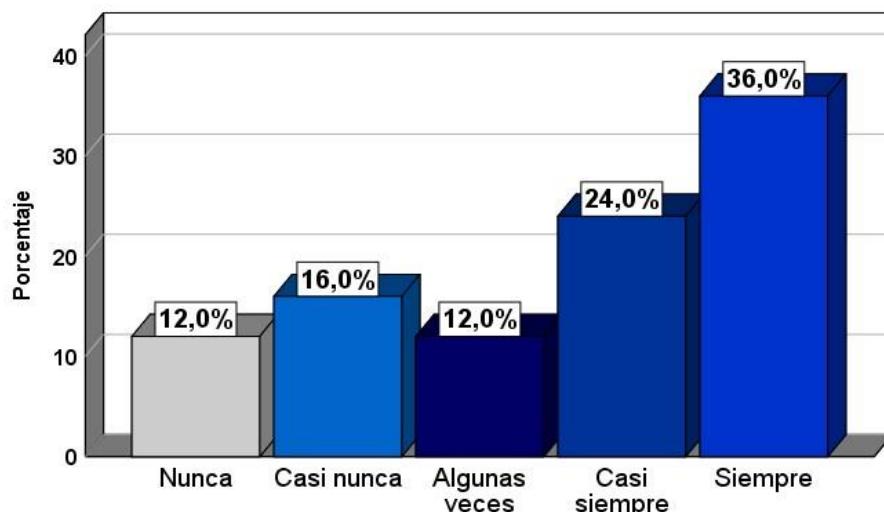
Los resultados que se muestran en la tabla 16 y figura 17, nos indican que del 100% de los trabajadores encuestados, el 32% mencionaron que siempre tuvieron buenas prácticas de ventas dentro de la empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo durante el año 2023, el 28% opinaron que casi siempre, 20% indicaron que algunas veces, 16% consideraron que nunca y 4% señalaron que casi nunca.

Tabla 17 ¿Considera que mantiene buenas relaciones tanto con los clientes internos como externos?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	12,0
Casi nunca	4	16,0
Algunas veces	3	12,0
Casi siempre	6	24,0
Siempre	9	36,0
Total	25	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado

Figura 18 ¿Considera que mantiene buenas relaciones tanto con los clientes internos como externos?



Interpretación:

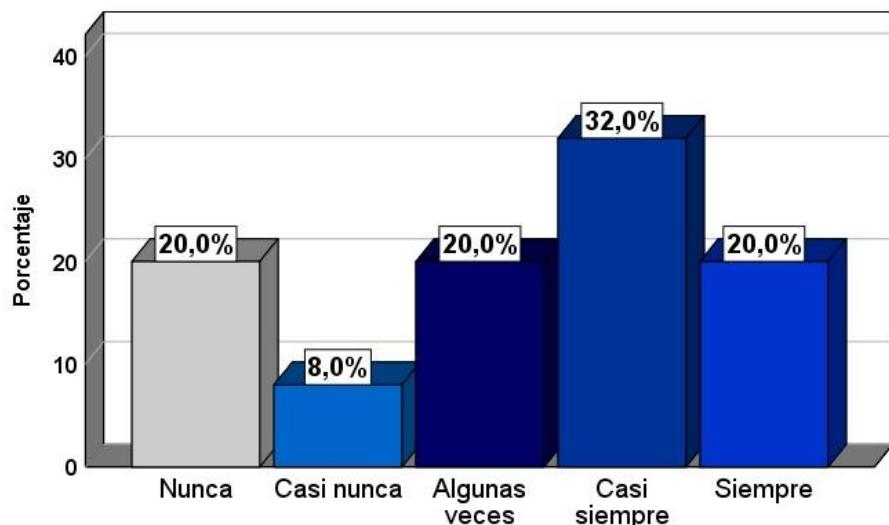
Los resultados que se muestran en la tabla 17 y figura 18, nos indican que del 100% de los trabajadores encuestados, el 36% mencionaron que siempre mantuvieron buenas relaciones tanto con los clientes internos como externos de la empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo durante el año 2023, el 24% opinaron que casi siempre, 16% indicaron que casi nunca, 12% consideraron que casi nunca, igual 12% señalaron que nunca.

Tabla 18 ¿Considera que sus clientes se sienten satisfechos con su atención?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	20,0
Casi nunca	2	8,0
Algunas veces	5	20,0
Casi siempre	8	32,0
Siempre	5	20,0
Total	25	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado

Figura 19 ¿Considera que sus clientes se sienten satisfechos con su atención?



Interpretación:

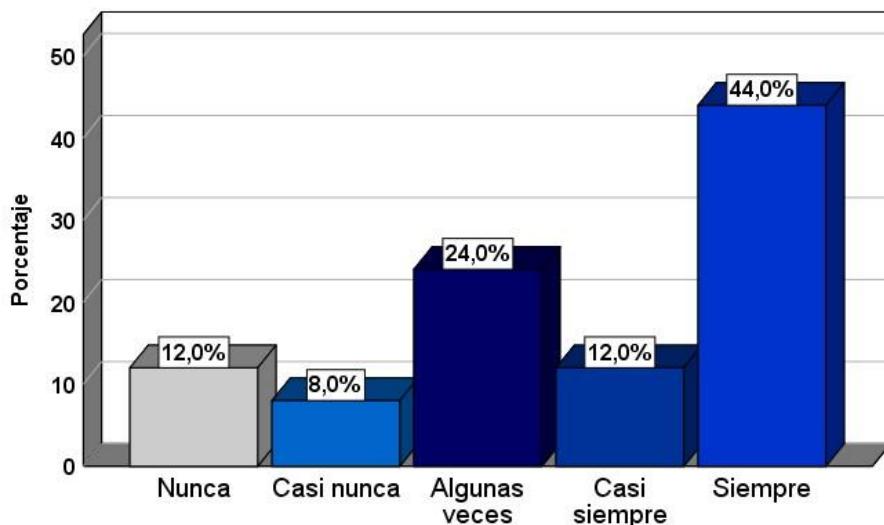
Los resultados que se muestran en la tabla 18 y figura 19, nos indican que del 100% de los trabajadores encuestados, el 32% mencionaron que casi siempre sus clientes de la empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, se sintieron satisfechos con su atención durante el año 2023, el 20% opinaron que siempre, igual 20% indicaron que algunas veces, 20% consideraron que nunca, 8 % señalaron que casi nunca.

Tabla 19 ¿Considera que tiene una comunicación empática?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	12,0
Casi nunca	2	8,0
Algunas veces	6	24,0
Casi siempre	3	12,0
Siempre	11	44,0
Total	25	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado

Figura 20 ¿Considera que tiene una comunicación empática?



Interpretación:

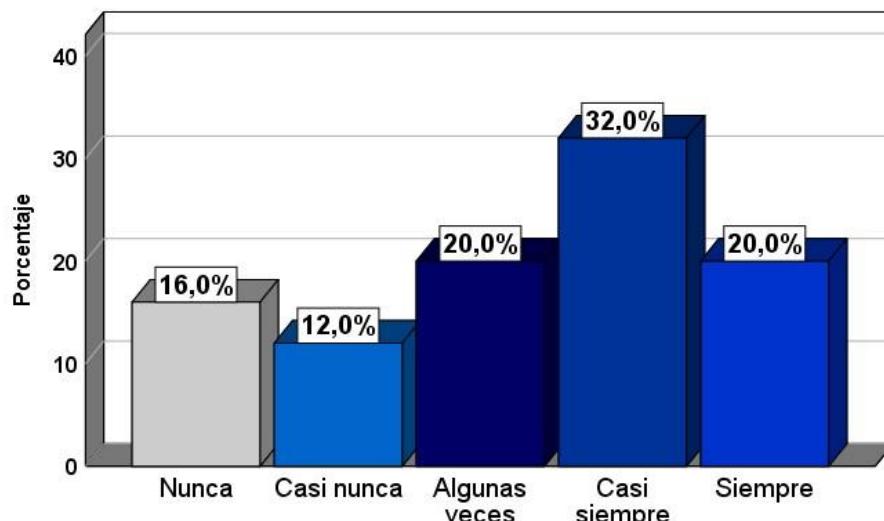
Los resultados que se muestran en la tabla 19 y figura 20, nos indican que del 100% de los trabajadores encuestados, el 44% mencionaron que siempre tuvieron una comunicación empática en la empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, durante el año 2023, el 24% opinaron que algunas veces, el 12% indicaron que nunca, igual el 12% consideraron que nunca, el 8 % señalaron que casi nunca.

Tabla 20 ¿Considera que sus oportunidades de ventas son altas?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	16,0
Casi nunca	3	12,0
Algunas veces	5	20,0
Casi siempre	8	32,0
Siempre	5	20,0
Total	25	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado

Figura 21 ¿Considera que sus oportunidades de ventas son altas?



Interpretación:

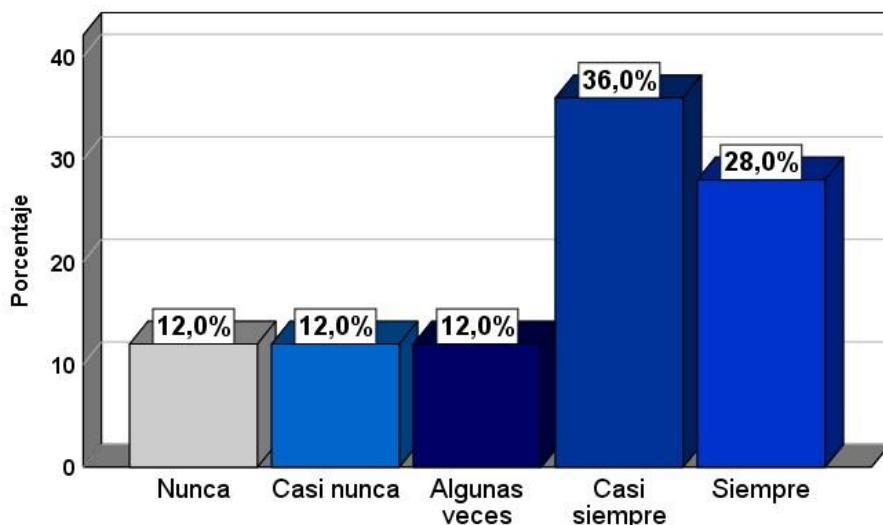
Los resultados que se muestran en la tabla 20 y figura 21, nos indican que del 100% de los trabajadores encuestados, el 32% mencionaron que casi siempre sus oportunidades fueron altas en la empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, durante el año 2023, el 20% opinaron que siempre, igual el 20% indicaron que algunas veces, el 16% consideraron que nunca y el 12 % señalaron que casi nunca.

Tabla 21 ¿Considera que cuando realiza una venta lo realiza en el menor tiempo posible?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	12,0
Casi nunca	3	12,0
Algunas veces	3	12,0
Casi siempre	9	36,0
Siempre	7	28,0
Total	25	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado

Figura 22 ¿Considera que cuando realiza una venta lo realiza en el menor tiempo posible?



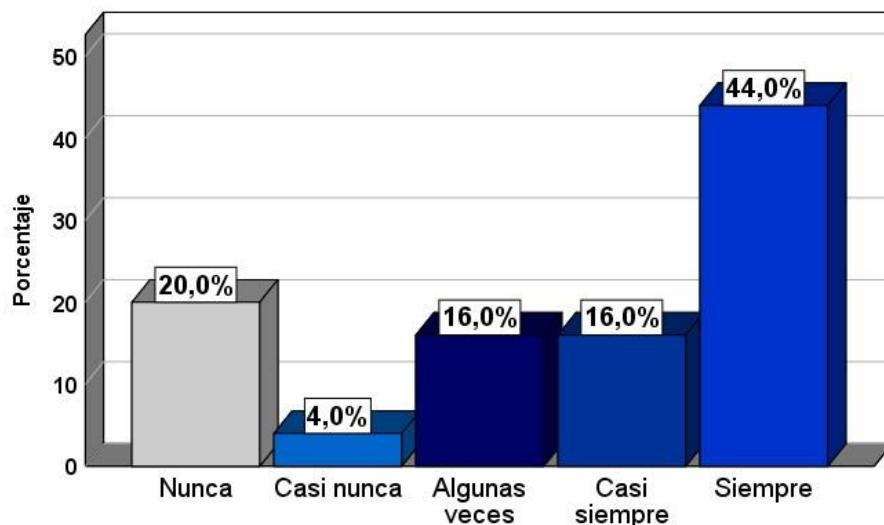
Interpretación:

Los resultados que se muestran en la tabla 21 y figura 22, nos indican que del 100% de los trabajadores encuestados, el 36% mencionaron que casi siempre cuando realizó una venta en la empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, lo hizo en el menor tiempo posible durante el año 2023, el 28% opinaron que siempre, el 12% indicaron que algunas veces, igual el 12% consideraron que nunca, de la misma manera el 12 % señalaron que casi nunca.

Tabla 22 ¿Considera que existe una estimación de las ventas dentro de su empresa?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	20,0
Casi nunca	1	4,0
Algunas veces	4	16,0
Casi siempre	4	16,0
Siempre	11	44,0
Total	25	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado



Interpretación:

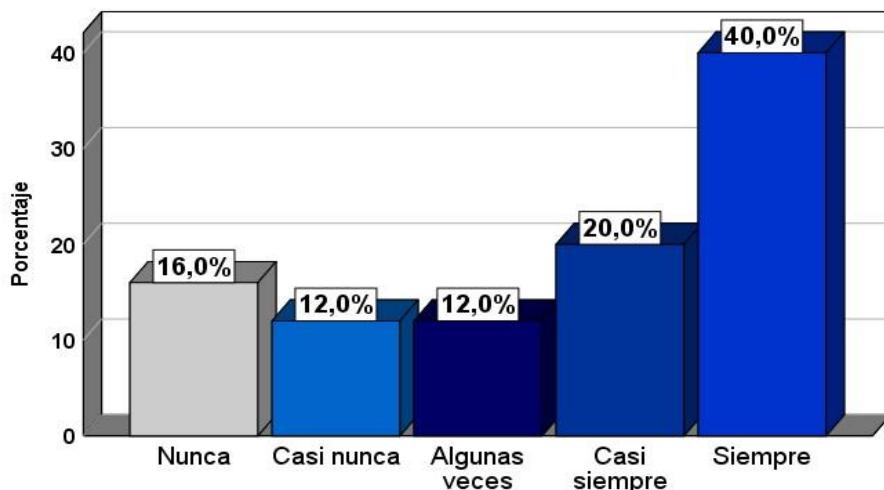
Los resultados que se muestran en la tabla 22 y figura 23, nos indican que del 100% de los trabajadores encuestados, el 44% mencionaron que siempre existió una estimación de las ventas dentro de la empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, durante el año 2023, el 20% opinaron que nunca, el 16% indicaron que casi siempre, igual el 16% consideraron que algunas veces, el 4% señalaron que casi nunca.

Tabla 23 ¿Se mantiene actualizado en cuanto a los productos y servicios que su empresa ofrece?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	16,0
Casi nunca	3	12,0
Algunas veces	3	12,0
Casi siempre	5	20,0
Siempre	10	40,0
Total	25	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado

Figura 23 ¿Se mantiene actualizado en cuanto a los productos y servicios que su empresa ofrece?



Interpretación:

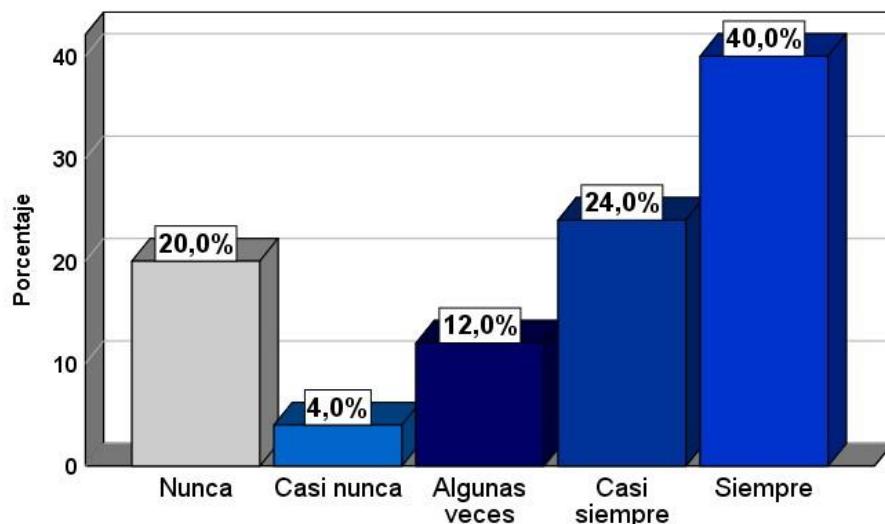
Los resultados que se muestran en la tabla 23 y figura 24, nos indican que del 100% de los trabajadores encuestados, el 40% mencionaron que siempre se mantuvieron actualizado en cuanto a los productos y servicios que ofrece la empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, durante el año 2023, el 20% opinaron que casi siempre, el 16% indicaron que nunca, el 12% consideraron que algunas veces, igual el 12 % señalaron que casi nunca.

Tabla 24 ¿Considera que tiene una flexibilidad estrategia al momento de realizar las ventas?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	20,0
Casi nunca	1	4,0
Algunas veces	3	12,0
Casi siempre	6	24,0
Siempre	10	40,0
Total	25	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado

Figura 24 ¿Considera que tiene una flexibilidad estrategia al momento de realizar las ventas?



Interpretación:

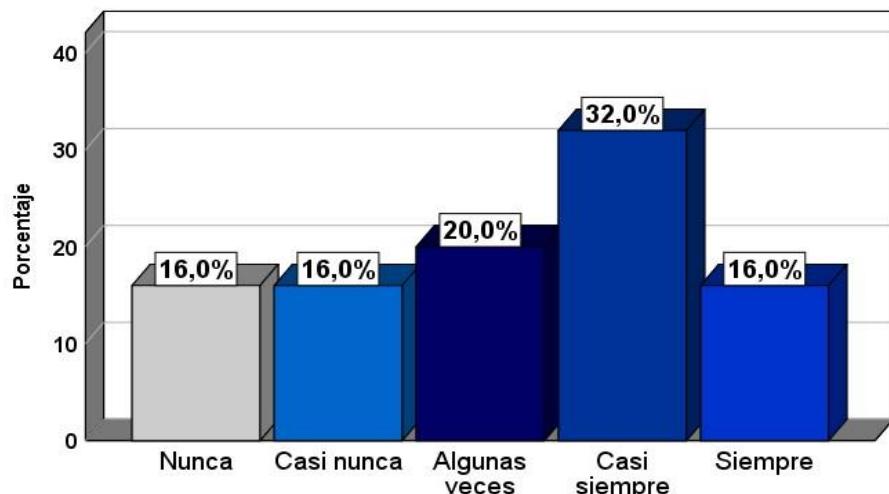
Los resultados que se muestran en la tabla 24 y figura 25, nos indican que del 100% de los trabajadores encuestados, el 40% mencionaron que siempre tuvieron una flexibilidad estratégica al momento de realizar las ventas en la empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, durante el año 2023, el 24% opinaron que casi siempre, el 20% indicaron que nunca, el 12% consideraron que lagunas veces, el 4% señalaron que casi nunca.

Tabla 25 ¿Su empresa realiza estudios de las tendencias que pueden afectar o favorecer las ventas?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	16,0
Casi nunca	4	16,0
Algunas veces	5	20,0
Casi siempre	8	32,0
Siempre	4	16,0
Total	25	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado

Figura 25 ¿Su empresa realiza estudios de las tendencias que pueden afectar o favorecer las ventas?



Interpretación:

Los resultados que se muestran en la tabla 25 y figura 26, nos indican que del 100% de los trabajadores encuestados, el 32% mencionaron que casi siempre la empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, realizo estudios de las tendencias que pudieron afectar o favorecer las ventas durante el año 2023, el 20% opinaron que algunas veces, el 16% indicaron que siempre, igual el 16% consideraron que nunca, de igual manera el 16 % señalaron que casi nunca.

4.3. Prueba de hipótesis

a) Establecemos el estadístico de correlación

Empleamos el coeficiente de correlación de rho de Spearman, de acuerdo con los valores que se muestran en la tabla 24

Tabla 26 Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman

Valor de rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 1 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018)

b) Nivel de significancia:

El nivel de significancia determinado fue del 5% = 0,05

c) Nivel de confianza:

Se estableció en el orden del 95%

d) Regla de decisión

Si el p valor > 0,05 se consiente la Hipótesis Nula.

Si el p valor < 0,05 se rechaza la Hipótesis Nula.

4.3.1. Prueba de hipótesis general

Hipótesis nula

H₀: No es alto el nivel de relación de la empleabilidad y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.

Hipótesis alterna

H₁: Es alto el nivel de relación de la empleabilidad y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.

Tabla 27 Correlación entre la empleabilidad y las ventas

		Empleabilidad	Ventas
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1,000	,826**
	Empleabilidad		
	Sig. (bilateral)	.	,000
Ventas	N	25	25
	Coeficiente de correlación	,826**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
		N	25

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

Interpretación:

En base a los datos presentados en la Tabla 27, se observa una relación positiva alta entre las variables "Empleabilidad" y "Ventas", evidenciada por un coeficiente de 0.826. Este hallazgo indica que la empleabilidad de los colaboradores está directamente asociada con un mejor desempeño en las ventas. Además, el análisis de significancia bilateral, realizado mediante la prueba de Spearman, arroja un valor de 0.001 ($p < 0.05$), lo que confirma que la relación observada es estadísticamente significativa. En consecuencia, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula. aceptando así la existencia de una asociación significativa entre ambas variables.

4.3.2. Prueba de hipótesis específicas

a) Hipótesis específica 1

Hipótesis nula

H_0 : No es alto el nivel de relación de las competencias laborales y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.

Hipótesis alterna

H_1 : Es alto el nivel de relación de las competencias laborales y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.

Tabla 28 Correlación entre competencias laborales y las ventas

		Competencias laborales	Ventas
Rho de Spearman	Coeficiente de Competencias correlación	1,000	,808**
	laborales	Sig. (bilateral)	,
		N	25
		Coeficiente de correlación	,808**
Ventas			1,000
		Sig. (bilateral)	,
		N	25
			25

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

Interpretación:

En base a los datos presentados en la Tabla 26, se observa una relación positiva alta entre la dimensión "Competencias laborales" y la variable "Ventas", evidenciada por un coeficiente de 0.808. Este hallazgo indica que las competencias laborales de los colaboradores están directamente asociadas con un mejor desempeño en las ventas.

Además, el análisis de significancia bilateral, realizado mediante la prueba de Spearman, arroja un valor de 0.001 ($p < 0.05$), lo que confirma que la

relación observada es estadísticamente significativa. En consecuencia, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula. aceptando así la existencia de una asociación significativa entre la dimensión y la variable.

b) Hipótesis específica 2

Hipótesis nula

H_0 : No es alto el nivel de relación de la capacitación laboral y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.

Hipótesis alterna

H_1 : Es alto el nivel de relación de la capacitación laboral y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.

Tabla 29 Correlación entre capacitación laboral y las ventas

			Capacitación laboral	Ventas
Rho de Spearman	Capacitación laboral	Coeficiente de correlación	1,000	,780**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	N		25	25
Ventas	Capacitación de correlación		,780**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
	N		25	25

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

Interpretación:

En base a los datos presentados en la Tabla 29, se observa una relación positiva alta entre la dimensión "Capacitación laboral" y la variable "Ventas", evidenciada por un coeficiente de 0.780. Este hallazgo indica que la capacitación laboral de los colaboradores está directamente asociada con un mejor desempeño en las ventas. Además, el análisis de significancia bilateral,

realizado mediante la prueba de Spearman, arroja un valor de 0.001 ($p < 0.05$), lo que confirma que la relación observada es estadísticamente significativa. En consecuencia, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula. aceptando así la existencia de una asociación significativa entre la dimensión y la variable.

c) Hipótesis específica 3

Hipótesis nula

H_0 : No es alto el nivel de relación del compromiso laboral y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.

Hipótesis alterna

H_1 : Es alto el nivel de relación del compromiso laboral y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.

Tabla 30 Correlación entre compromiso laboral y las ventas

		Compromiso laboral	Ventas	
Rho de Spearman	Compromiso laboral	Coeficiente de correlación	1,000	,796**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	N		25	25
Ventas		Coeficiente de correlación	,796**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
	N		25	25

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

Interpretación:

En base a los datos presentados en la Tabla 30, se observa una relación positiva alta entre la dimensión "Compromiso laboral" y la variable "Ventas", evidenciada por un coeficiente de 0.796. Este hallazgo indica que el compromiso

laboral de los colaboradores está directamente asociado con un mejor desempeño en las ventas.

Además, el análisis de significancia bilateral, realizado mediante la prueba de Spearman, arroja un valor de 0.001 ($p < 0.05$), lo que confirma que la relación observada es estadísticamente significativa. En consecuencia, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula, aceptando así la existencia de una asociación significativa entre la dimensión compromiso laboral y la variable ventas.

d) Hipótesis específica 4

Hipótesis nula

H_0 : No es alto el nivel de relación del clima laboral y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.

Hipótesis alterna

H_1 : Es alto el nivel de relación del clima laboral y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.

Tabla 31 Correlación entre clima laboral y las ventas

			Clima laboral	Ventas
Rho de Spearman	Clima laboral	Coeficiente de correlación	1,000	,664**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	N		25	25
Ventas	Clima laboral	Coeficiente de correlación	,664**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
	N		25	25

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

Interpretación:

En base a los datos presentados en la Tabla 31, se observa una relación positiva moderada entre la dimensión "Clima laboral" y la variable "Ventas", evidenciada por un coeficiente de 0.664. Este hallazgo indica que el clima laboral está directamente asociado con un mejor desempeño en las ventas. Además, el análisis de significancia bilateral, realizado mediante la prueba de Spearman, arroja un valor de 0.001 ($p < 0.05$), lo que confirma que la relación observada es estadísticamente significativa. En consecuencia, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula, aceptando así la existencia de una asociación significativa entre la dimensión clima laboral y la variable ventas.

4.4. Discusión de resultados

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar el nivel de relación entre la empleabilidad y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023. Los resultados obtenidos a través del coeficiente de correlación de Spearman mostraron un valor de 0.826, lo que indica una relación positiva alta entre ambas variables. Este hallazgo sugiere que un mayor nivel de empleabilidad está asociado con un mejor desempeño en ventas, lo que es consistente con estudios previos que destacan la importancia de la capacitación, el compromiso y el clima laboral en el rendimiento comercial de una organización.

Los hallazgos de este estudio confirman que existe una relación positiva y significativa entre la empleabilidad y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo. Además, se evidenció que las competencias laborales, la capacitación, el compromiso y el clima laboral desempeñan un papel fundamental en el éxito comercial de la organización. Estos resultados resaltan la importancia de desarrollar estrategias de gestión

del talento humano que promuevan la mejora continua de los empleados para potenciar el crecimiento empresarial.

El primer objetivo específico fue establecer el nivel de relación entre las competencias laborales y las ventas de los colaboradores, obteniéndose un coeficiente de correlación de Spearman de 0.808, lo que indica una fuerte relación positiva. Estos resultados coinciden con los estudios de Robbins y Judge (2020), quienes enfatizan que los colaboradores con habilidades y conocimientos adecuados tienen un mejor desempeño en la generación de ingresos y en la fidelización de clientes. Además, investigaciones previas han demostrado que la mejora en las competencias laborales no solo impacta en la productividad individual, sino también en la capacidad de generar relaciones comerciales sólidas y sostenibles.

El segundo objetivo específico analizó la relación entre la capacitación laboral y las ventas, encontrando un coeficiente de correlación de 0.780, lo que indica una fuerte asociación positiva. Este hallazgo es congruente con la literatura existente, como el estudio de Chiavenato (2020), quien sostiene que la formación continua del personal es un factor clave en la mejora de la productividad y el éxito en las ventas. Además, la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2021) subraya que los programas de capacitación incrementan la adaptabilidad de los trabajadores a los cambios del mercado, favoreciendo su desempeño comercial.

El tercer objetivo específico buscó evidenciar la relación entre el compromiso laboral y las ventas, obteniéndose un coeficiente de correlación de 0.796, lo que indica una fuerte relación positiva. Estos resultados respaldan los hallazgos de Meyer y Allen (1996), quienes señalan que un alto nivel de compromiso organizacional genera una mayor motivación y esfuerzo por parte de los empleados, lo que se traduce en mejores indicadores de ventas. Asimismo, el compromiso laboral ha sido identificado como un factor decisivo

para la retención de clientes, ya que los trabajadores comprometidos tienden a ofrecer un mejor servicio y generar relaciones comerciales más duraderas.

Finalmente, se analizó la relación entre el clima laboral y las ventas, encontrándose un coeficiente de correlación de 0.664, lo que indica una relación moderada positiva. Este resultado nos indica que un ambiente de trabajo favorable influye directamente en la productividad y en la satisfacción del cliente. Además, estudios previos han demostrado que empresas con climas laborales positivos logran mayores tasas de retención de talento y un mejor desempeño en ventas.

Los resultados obtenidos en esta investigación están alineados con estudios previos realizados en diferentes contextos organizacionales. Investigaciones como las de Monrroy (2023) han demostrado que la empleabilidad es un determinante clave del éxito comercial de una empresa, destacando que las organizaciones que invierten en la formación y el desarrollo de sus empleados obtienen mejores resultados en ventas. En la actualidad las empresas de servicios demandan que sus colaboradores posean competencias para el beneficio de la empresa.

CONCLUSIONES

1. Los resultados de la investigación evidencian que existe una relación positiva y significativa entre la empleabilidad y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo. Se halló un coeficiente de correlación de Spearman de 0.826, lo que indica una relación alta entre ambas variables. Esto resalta la importancia de la formación continua, el desarrollo de competencias y el compromiso organizacional como factores clave para el éxito comercial.
2. Se estableció que las competencias laborales guardan una relación positiva alta con las ventas ($r=0.808$), lo que subraya la importancia de contar con empleados altamente capacitados y con habilidades adecuadas para la comercialización de productos y servicios.
3. Se determinó que la capacitación laboral impacta de manera significativa en las ventas ($r=0.780$), ya que los trabajadores con formación continua logran mejores resultados en su desempeño comercial.
4. Se evidenció que el compromiso laboral es un factor determinante en el rendimiento de ventas ($r=0.796$), pues los colaboradores comprometidos tienden a ser más eficientes, motivados y orientados al logro de objetivos empresariales.
5. Se encontró que el clima laboral influye de manera moderada en las ventas ($r=0.664$), lo que sugiere que un ambiente de trabajo positivo contribuye al desempeño del equipo, pero no es el único factor determinante en el éxito comercial.

RECOMENDACIONES

Se sugiere a los encargados de la empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, que:

1. Implementen estrategias de gestión del talento humano que promuevan el desarrollo de competencias, la capacitación continua y el fortalecimiento del compromiso laboral para mejorar el desempeño en las ventas de sus colaboradores.
2. Desarrollar programas de formación y capacitación enfocados en mejorar las competencias laborales, adaptados a las necesidades específicas del mercado y de la organización.
3. Fomentar una cultura de aprendizaje continuo mediante incentivos y programas de actualización profesional que permitan a los colaboradores mantenerse competitivos en su área de trabajo.
4. Implementar estrategias de reconocimiento y motivación para fortalecer el compromiso de los empleados con la empresa y, en consecuencia, mejorar su desempeño en las ventas que realizan.
5. Mejorar las condiciones del clima laboral a través de políticas que favorezcan la comunicación, la integración y el bienestar de los trabajadores, con el fin de potenciar su productividad y satisfacción en el trabajo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1996). Compromiso afectivo, de continuidad y normativo con la organización: un examen de la validez de constructo. *Journal of Vocational Behavior*, 252–276. Obtenido de <https://doi.org/10.1006/jvbe.1996.0043>
- American Psychological Association - APA. (2020). *Guía Normas APA* (7ma. ed.). Washington D. C.: American Psychological Association. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/0000165-000>
- Anderson, R. E., Hair Jr., J., & Bush, A. (2012). *Administración de Ventas*. McGRAW-HILL.
- Angulo, J. (27 de Julio de 2023). *Desempleo en Perú: cómo golpeó la crisis política y climática a la empleabilidad y qué acciones debe anunciar el Gobierno*. Obtenido de Infobae: <https://www.infobae.com/peru/2023/07/27/desempleo-en-peru-comogolpeo-la-crisis-politica-y-climatica-a-la-empleabilidad-y-que-acciones-debeanunciar-el-gobierno/>
- Arista Ampuero, M. (2022). Las habilidades blandas y su relación con la empleabilidad en los colaboradores de la ciudad de Lima a partir de la pandemia por COVID-19. [*Tesis de Pregrado*]. Universidad Ricardo Palma. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.14138/6053>
- Asencios Niery, J. R. (2022). Estrategias de marketing digital para la mejora de las ventas en el centro comercial Acomerced – Huacho 2021. [*Tesis de Pregrado*]. Universidad Nacional José Faustino Sanchez Carrión. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.14067/6443>
- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación. Para Administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (Vol. Tercera edición). México: Pearson.
- Bernal Torres, C. A. (2016). *Metodología de la investigación*. Chía: Universidad de La Sabana.

Blanco, C. (2011). *Encuesta y Estadística: Métodos de Investigación Cuantitativa en Ciencias Sociales y Comunicación*. Cordova: Brujas.

Bordas Martínez, M. J. (2016). *Gestión estratégica del clima laboral*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.

Chiavenato, I. (2020). *Gestión del talento humano, El nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones* (Quinta ed.). McGraw-Hill Interamericana Editores.

Del Aguila Alvarez, A. J., Rivas Soto, L. A., & Cruz-Tarrillo, J. J. (2022). Competencias de Empleabilidad para Futuros Administradores Peruanos. *Comuni@cción: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 13(3), 201-212. <https://doi.org/https://doi.org/10.33595/2226-1478.13.3.732>

Estrada Perez, C. B. (2023). Gestión de ventas y su relación con la decisión de compra en Ópticas Chávez del distrito de Ate Vitarte, Lima - 2022. [Tesis de Pregrado]. Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión. Obtenido de <http://repositorio.undac.edu.pe/handle/undac/3394>

Future For Work Institute. (2017). De qué hablamos cuando hablamos de empleabilidad. *Future For Work Institute*, 1-23. <https://doi.org/https://www.futureforwork.com/assets/uploads/2018/01/De-quehablamos-cuando-hablamos-de-empleabilidad.pdf>

Gómez Vélez, M. A. (2012). La noción de empleabilidad: una mirada desde la perspectiva de las organizaciones. *Katharsis - Institución Universitaria de Envigado*(13), 63-83. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5527496.pdf>

Hernández Sampieri, R., Méndez Valencia, S., Mendoza Torres, C. P., & Cuevas Romo, A. (2017). *Fundamentos de Investigación*. Ciudad de México: McGRAWHILLINTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.v.

- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Irigoin, M., & Vargas, F. (2002). *Competencia Laboral*. Organización Internacional del Trabajo.
- Jobber, D., & Lancaster, G. (2012). *Administración de Ventas*. México DF.: Pearson Educación.
- Johnston, M. W., & Marshall, G. W. (2009). *Administración de ventas* (9na. ed.). México, D.F.: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Juárez Arall, J., & Marqués Molías, L. (2019). Aspectos de la competencia digital para la empleabilidad. *Revista española de orientación y psicopedagogía*, 30(2), 67 - 88. <https://doi.org/http://hdl.handle.net/11162/192088>
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración Una perspectiva global y empresarial*. Decimocuarta edición. México D.F.: McGRAW-HILL/Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Kotler, P. (2003). *Los 80 conceptos esenciales de marketing de la A hasta la Z*. Madrid: Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principios de Marketing* (17 ed.). Madrid: Pearson Educación S.A.
- Medina Delgado, B., Palacios Alvarado, W., & Vergel Ortega, M. (2021). La capacitación laboral como herramienta de mejoramiento empresarial. *Revista Boletín REDIPE*, 10(6), 305-317. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8116466.pdf>
- Monrroy Incio, J. E. (2023). Capacitación y competencias en el rendimiento laboral en empresas de servicios. *TecnoHumanismo. Revista Científica*, 3(3), 223 - 241. <https://doi.org/https://doi.org/10.53673/th.v3i3.243>
- Mora Arístega, J. E., Morales Morejón, S. E., Franco Bayas, M. A., & Calderón Angulo, R. J. (2022). Gestión de ventas de los productos de comercialización compleja.

- Revista Oratores,, 1(16), 108–126.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37594/oratores.n16.691>
- Ocegueda Mercado, C. (2004). *Metodología de la investigación. Métodos, técnicas y estructuración de trabajos académicos*. México: Corina Ocegueda Mercado.
- Oficina Internacional del Trabajo - OIT. (2005). *Recomendación 195 sobre el desarrollo de los recursos humanos*. OIT.
<https://doi.org/https://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/edit/docref/rec195.pdf>
- Organización Internacional del Trabajo - OIT. (2021). *El papel de la capacitación en el empleo y la productividad*. OIT.
- Pardo, A., Ruiz, M. Á., & San Martín, R. (2012). *Análisis de Datos en ciencias sociales y de la salud* (Vol. I). Madrid: Editorial Síntesis, S. A.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2020). *Fundamentos del Comportamiento organizacional*. México: Pearson.
- Suárez Lantarón , B. (2016). Empleabilidad: análisis del concepto. *Revista de Investigación en Educación*, 14(1), 67-84.
<https://doi.org/http://webs.uvigo.es/reined/>
- Tacillo Yauli, E. F. (2016). *Metodología de la investigación científica*. Lima: Universidad Jaime Bausate y Meza.
- Tamayo y Tamayo, M. (2003). *El Proceso de la Investigación Científica*. México: Limusa S.A. de C.V.
- Tracy, B. (2015). *Psicología de Ventas*. Nashville: Editorial Carobe INC.
- Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión. (2022). *Reglamento General de Grados Académicos y Títulos Profesionales*. UNDAC.
- Zapata Sanchez, M. d. (2023). La empleabilidad y el trabajo decente en un laboratorio médico de Lima- Perú, 2021. *[Tesis de Pregrado]*. Universidad Ricardo Palma.
Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.14138/6468>

ANEXOS

Anexo 1: Instrumentos de investigación



UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRION



Facultad de Ciencias Empresariales

Escuela de Formación Profesional de Administración

CUESTIONARIO DE LA VARIABLE EMPLEABILIDAD

Estimado Sr.(a) solicito su participación en la presente investigación cuyo título es: La Empleabilidad y las Ventas de los Colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023

Los resultados servirán estrictamente con fines de investigación, por lo tanto, será anónimo y se solicita veracidad de sus respuestas.

Marcar en la casilla correspondiente, de acuerdo a su criterio personal, la respuesta que usted considere es la más adecuada. De acuerdo al cuadro que aparece

NUNCA	1
CASI NUNCA	2
ALGUNAS VECES	3
CASI SIEMPRE	4
SIEMPRE	5

	VARIABLE 1: EMPLEABILIDAD	Escala				
	DIMENSIÓN 1: COMPETENCIAS LABORALES	1	2	3	4	5
1	¿Considera que al momento de realizar su trabajo pone en práctica sus habilidades técnicas?					
2	¿Cuándo se le presentan dificultades al momento de realizar sus labores, los resuelve con facilidad?					
3	¿Ante los cambios que se presentan en su empresa, se adapta con facilidad?					
	DIMENSIÓN 2: CAPACITACIÓN LABORAL	1	2	3	4	5
4	¿Existen programas de capacitación laboral en su empresa?					
5	¿Se capacita para poder realizar mejor sus labores?					
6	¿Aplica los conocimientos adquiridos en su capacitación?					
	DIMENSIÓN 3: COMPROMISO LABORAL	1	2	3	4	5
7	¿Se siente identificado con la empresa?					

8	¿Siente que reconocen su esfuerzo y eso lo motiva a continuar en la empresa?					
9	¿Cumple con gentileza los reglamentos de la empresa?					
DIMENSIÓN 4: CLIMA LABORAL					1	2
10	¿Considera que existe una comunicación efectiva con sus colegas y superiores?					
11	¿Considera que se practica el trabajo en equipo dentro de su empresa?					
12	¿Considera que sus superiores se preocupan por evitar que existan conflictos laborales?					

Muchas gracias por su valiosa colaboración.

CUESTIONARIO DE LA VARIABLE VENTAS

Estimado Sr.(a) solicito su participación en la presente investigación: “La Empleabilidad y las Ventas de los Colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023” los resultados servirán estrictamente con fines de investigación, por lo tanto, será anónimo y se solicita veracidad de sus respuestas.

La respuesta a marcar es:

NUNCA	1
CASI NUNCA	2
ALGUNAS VECES	3
CASI SIEMPRE	4
SIEMPRE	5

	VARIABLE 1: VENTAS	Escala				
	DIMENSIÓN 1: RELACIÓN CON LOS CLIENTES	1	2	3	4	5
1	¿Considera que mantiene buenas relaciones tanto con los clientes internos como externos?					
2	¿Considera que sus clientes se sienten satisfechos con su atención?					
3	¿Considera que tiene una comunicación empática?					
	DIMENSIÓN 2: EFICIENCIA EN LAS VENTAS	1	2	3	4	5
4	¿Considera que sus oportunidades de ventas son altas?					
5	¿Considera que cuando realiza una venta lo realiza en el menor tiempo posible?					
6	¿Considera que existe una estimación de las ventas dentro de su empresa?					
	DIMENSIÓN 3: ESTRATEGIAS DE VENTAS	1	2	3	4	5
7	¿Se mantiene actualizado en cuanto a los productos y servicios que su empresa ofrece?					
8	¿Considera que tiene una flexibilidad estrategia al momento de realizar las ventas?					
9	¿Su empresa realiza estudios de las tendencias que pueden afectar o favorecer las ventas?					

Muchas gracias por su valiosa colaboración

Anexo 02: Procedimiento de validez y confiabilidad

HOJA DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

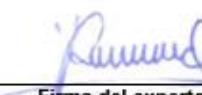
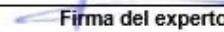
Apellidos y Nombres del Informante: **Mag. Yasari S. RIVAS CORNELIO**
 Cargo o Institución donde labora: Docente Universitario Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión
 Nombre del Instrumento de Evaluación: Cuestionario
 Autor del instrumento: Bach. Jimmy Daniel JARA FAJARDO y Mejamiee Grace JARA FAJARDO
 Título: "La Empleabilidad y las Ventas de los Colaboradores en la Empresa Ferreycorp. S.A.A. Zona Huancayo, 2023".

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente					Regular					Bueno					Muy bueno					Excelente				
		0 - 20					21 - 40					41 - 60					61 - 80					81 - 100				
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100					
1. TITULO	Hace referencia al problema mencionado en las variables																					X				
2. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado																					X				
3. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables																					X				
4. ACTUALIDAD	Está acorde a los cambios en la Administración Moderna																					X				
5. ORGANIZACIÓN	Existe una organización Lógica																					X				
6. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad																					X				
7. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de Gestión de recursos humanos y satisfacción laboral																					X				
8. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos científicos.																					X				
9. COHERENCIA	Entre los indicadores y las dimensiones																					X				
10. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																					X				

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: **APLICABLE (X)** **NO APLICABLE ()**

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: **85**

Cerro de Pasco, <u>Agosto</u> del 2024	75269597		976496733
Lugar y fecha	DNI Número	 Firma del experto	Teléfono N°

HOJA DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres del Informante: **Mag. Jorge L. CAJAVILCA VICUÑA**
 Cargo o Institución donde labora: Docente Universitario - Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión
 Nombre del Instrumento de Evaluación: Cuestionario
 Autor del instrumento: Bach. Jimmy Daniel JARA FAJARDO y Melanie Grace JARA FAJARDO
 Título: "La Empleabilidad y las Ventas de los Colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023".

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente				Regular				Bueno				Muy bueno				Excelente			
		0 - 20				21 - 40				41 - 60				61 - 80				81 - 100			
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
11. TITULO	Hace referencia al problema mencionado en las variables																		X		
12. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado																		X		
13. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables																		X		
14. ACTUALIDAD	Está acorde a los cambios en la Administración Moderna																		X		
15. ORGANIZACIÓN	Existe una organización Lógica																		X		
16. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad																		X		
17. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de Gestión de recursos humanos y satisfacción laboral																		X		
18. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos científicos.																		X		
19. COHERENCIA	Entre los indicadores y las dimensiones																		X		
20. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																		X		

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: **APLICABLE X)** **NO APLICABLE ()**

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: **85**

Cerro de Pasco, Agosto del 2024	40460116		945700068
Lugar y fecha	DNI Número	Firma del experto	Teléfono N°

HOJA DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres del Informante : Mag. Edwin CALDERON CARHUAZ
 Cargo o Institución donde labora : Docente Universitario - Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión
 Nombre del Instrumento de Evaluación : Cuestionario
 Autor del instrumento : Bach. Jimmy Daniel JARA FAJARDO y Melamiec Grace jara fajardo
 Título : "La Empleabilidad y las Ventas de los Colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023".

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente				Regular				Bueno				Muy bueno				Excelente			
		0 - 20				21 - 40				41 - 60				61 - 80				81 - 100			
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. TITULO	Hace referencia al problema mencionado en las variables																		X		
2. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado																		X		
3. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables																		X		
4. ACTUALIDAD	Está acorde a los cambios en la Administración Moderna																		X		
5. ORGANIZACIÓN	Existe una organización Lógica																		X		
6. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad																		X		
7. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de Gestión de recursos humanos y satisfacción laboral																		X		
8. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos científicos.																		X		
9. COHERENCIA	Entre los indicadores y las dimensiones																		X		
10. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																		X		

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: APLICABLE (X) NO APLICABLE ()

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90%

Cerro de Pasco, 27 agosto del 2025	04085334		981 790 006
Lugar y fecha	DNI Número	Firma del experto	Número de celular

Anexo 02: Procedimiento de validez y confiabilidad

Tabla 1

Estadística de fiabilidad Alfa de Cronbach para el cuestionario de la variable empleabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,917	12

Fuente: Determinado con el SPSS V. 26

Tabla 2

Estadísticas de fiabilidad Alfa de Cronbach para el cuestionario de la variable ventas

Alfa de Cronbach	N de elementos
,906	9

Fuente: Determinado con el SPSS V. 26

Anexo 3: Matriz de Consistencia **Título:** La Empleabilidad y las Ventas de los Colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA
¿Cómo se relaciona la empleabilidad con las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023?	Determinar el nivel de relación de la empleabilidad y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.	Es alto el nivel de relación de la empleabilidad y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.		TIPO DE INVESTIGACIÓN: Básica NIVEL DE INVESTIGACIÓN: Correlacional MÉTODO DE INVESTIGACIÓN General: Científico y como específicos el Inductivo deductivo DISEÑO No experimental Transversal POBLACIÓN 25 colaboradores MUESTRA 25 personas TÉCNICAS: Encuesta INSTRUMENTOS: Cuestionario
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICOS		
¿Cómo se relaciona las competencias laborales con las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023?	Establecer el nivel de relación de las competencias laborales y las Ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.	Es alto el nivel de relación de las competencias laborales y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.	VARIABLE 1: Empleabilidad DIMENSIONES Competencias laborales Capacitación laboral Compromiso laboral Clima laboral VARIABLE 2: Ventas DIMENSIONES Relación con los clientes Eficiencia en las ventas Estrategias de ventas	
¿Cómo se relaciona la capacitación laboral con las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023?	Comprobar el nivel de relación de la capacitación laboral y las ventas de los Colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.	Es alto el nivel de relación de la capacitación laboral y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.		
¿Cómo se relaciona el compromiso laboral con las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023?	Evidenciar el nivel de relación del compromiso laboral y las ventas de los Colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.	Es alto el nivel de relación del compromiso laboral y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.		
¿Cómo se relaciona el clima laboral con las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023?	Demostrar el nivel de relación del clima laboral y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.	Es alto el nivel de relación del clima laboral y las ventas de los colaboradores en la Empresa Ferreycorp S.A.A. Zona Huancayo, 2023.		