

Artículo original de investigación

Bienestar laboral en la fuerza de ventas y su determinación en la competitividad de los colaboradores en una comercializadora de soluciones industriales

Work wellbeing in the sales force and its determination in the competitiveness of the collaborators in an industrial solutions trading company

Agustín Rodolfo Gutiérrez Yepes¹

<https://orcid.org/0000-0002-2414-6093>

agutierrez@tdea.edu.co

Kerlly Dayana Veloza Gutiérrez¹

<https://orcid.org/0009-0002-8378-7138>

kerllyveloza@gmail.com

Marlyn Dahana Villa Londoño¹

<https://orcid.org/0009-0006-0472-7823>

marlynvilla45z@gmail.com

Recibido: 31 de mayo de 2023.

Aceptado: 18 septiembre de 2023

1 Tecnológico de Antioquia - Colombia

Doi: <https://doi.org/10.22209/amr.v2a08.2023>

eolocation-id: eamr.v2a08.2023

CÓMO CITAR: Gutiérrez Yepes, A. R., Veloza Gutiérrez, K. D., Villa Londoño, M. D., (2023). Bienestar laboral en la fuerza de ventas y su determinación en la competitividad de los colaboradores en una comercializadora de soluciones industriales. *Accounting and Management Research*, 2, eamr.v2a08.2023. <https://doi.org/10.22209/amr.v2a08.2023>

Resumen

Siempre trata a tus empleados exactamente de la manera cómo quieres que traten a tus mejores clientes Covey (1989). Consecuente con este planteamiento, se desarrolla el presente ejercicio investigativo, cuyo objetivo fue evaluar el impacto del bienestar laboral de la fuerza de ventas en la competitividad de los colaboradores en una comercializadora de soluciones industriales; para ello se establecen como objetivos específicos conocer la percepción de las fuerzas de ventas respecto a su bienestar laboral, evaluar la posible relación entre el bienestar laboral y la competitividad empresarial y sugerir alternativas enfocadas a mitigar las necesidades de bienestar laboral. Con este propósito se parte del cuestionamiento ¿De qué manera el bienestar laboral de la fuerza de ventas impacta la competitividad de los colaboradores en una comercializadora de soluciones industriales? A esta pregunta se dio respuesta mediante un estudio descriptivo de los factores que impactan las variables estudiadas (bienestar laboral y competitividad); dicha revisión se realizó mediante la aplicación de un instrumento tipo encuesta para el personal del área comercial como técnica de recolección de datos. Dentro de los principales hallazgos se destacan; la fuerza de ventas posee una percepción positiva respecto al bienestar que le otorga la compañía; se resalta la importancia que tienen los estímulos y la remuneración salarial, de igual manera se evidencia que el nivel de satisfacción de los colaboradores en la organización impacta la percepción de bienestar y la competitividad.

Palabras clave: Bienestar laboral, competitividad, fuerza de ventas, incentivos, estrategias.

Abstract

Always treat your employees exactly the way you want your best customers to be treated Covey (1989). Consistent with this approach, this research exercise is developed, the objective of which was to evaluate the impact of the labor well-being of the sales force on the competitiveness of the collaborators in an industrial solutions marketer; To this end, specific objectives are established to understand the perception of sales forces regarding

their work well-being, evaluate the possible relationship between work well-being and business competitiveness and suggest alternatives focused on mitigating work well-being needs. With this purpose, we start by questioning: How does the work well-being of the sales force impact the competitiveness of collaborators in an industrial solutions marketer? This question was answered through a descriptive study of the factors that impact the variables studied (labor well-being and competitiveness); This review was carried out by applying a survey-type instrument for commercial area personnel as a data collection technique. Among the main findings are: The sales force has a positive perception regarding the well-being provided by the company; The importance of incentives and salary compensation is highlighted, and it is also evident that the level of satisfaction of employees in the organization impacts the perception of well-being and competitiveness.

Key words: labor welfare, competitiveness, sales force, incentives, strategies.

Introducción

De acuerdo con Jiménez (2017) en la actualidad las organizaciones consideran que la principal característica para que una empresa sea sostenible en el tiempo está basada en disponer de ingresos provenientes de las ventas con el objetivo de permanecer, impactar y ser rentables; teniendo en cuenta lo anterior, es necesario que toda compañía valore la creación de su propio departamento o unidad comercial que le pueda aportar a una distinción como una organización que evidencie tanto los recursos materiales y humanos de los que dispone como de su compromiso en la optimización de los mismos.

En concordancia a lo antes señalado, la fuerza de ventas representa uno de los pilares productivos más representativos, por cuanto ella se expresa en el personal propio o externo de la organización empresarial cuyo principal objetivo es la comercialización de sus productos o servicios en cumplimiento de unos criterios que previamente ha definido la organización. Por tales razones, se considera fundamental que el personal encargado de las ventas pueda desempeñar sus funciones de una manera óptima, siendo de suma importancia los incentivos creados por la gerencia, dado que éstos impulsan y permiten medir el desempeño del colaborador (Jiménez, 2017).

Ahora bien, la actividad económica en la que se enfoca la empresa objeto de esta investigación está orientada a la comercialización de soluciones industriales, desde la intermediación entre el fabricante y el consumidor final. En este caso específicamente del suministro de productos y herramientas industriales

(rodamientos, chumaceras, piñones, cadenas, calentadores portátiles, etc.) relacionados con el mantenimiento de las empresas; por ende, sus colaboradores deben tener orientación al logro de resultado, orientaciones hacia el servicio, estrategias comerciales e inteligencia emocional.

Dado lo antes señalado, el propósito principal del presente trabajo investigativo estuvo enmarcado en evaluar el impacto del bienestar laboral de la fuerza de ventas en la competitividad de una comercializadora siendo dos variables que se correlacionan y se fortalecen mutuamente; las cuales a su vez otorgan oportunidades de mejora respecto a las motivaciones que pueden ser implementadas por la gerencia de cara al mejoramiento de los procesos comerciales. En esta investigación se abordaron los siguientes aspectos: revisiones literarias, teorías de soporte respecto a la competitividad y el bienestar laboral, los materiales y métodos utilizados que exponen en las fuentes en las que se ha basado la revisión bibliográfica y la manera en de aplicación de éstas, el análisis de los resultados obtenidos después de seguir el paso a paso del proceso investigativo y las conclusiones a las que se llegaron.

Revisión de la literatura

A continuación, se relacionan algunos trabajos de investigación desarrollados en torno a las variables declaradas en el presente estudio:

Variable: Bienestar laboral

Sobre esta variable, López (2009) desarrolla un trabajo de investigación de corte descriptivo correlacional buscando resaltar el papel esencial que tiene un adecuado ambiente corporativo en la gestión asertiva de los empleados y de dicho estudio se colige que efectivamente existe una incidencia negativa entre un inadecuado clima organizacional y el ejercicio adecuado de los colaboradores; de igual manera, establece esta variable como un instrumento estratégico que puede usarse para fomentar índices elevados de desempeño basado en un sistema de evaluación periódico para detectar fortalezas y aspectos a mejorar.

De forma similar, Libreros (2011) desarrolla en una institución educativa del sector público colombiano, un trabajo cualitativo con el propósito de convalidar la relación entre el bienestar profesional y una adecuada cultura corporativa; en dicho estudio, el autor encuentra una relación estrecha entre el confort de los encuestados y aspectos como el sistema de recompensas y la comunicación corporativa. Como reflexión, el aludido investigador recomienda ejecutar programas orientados a elevar los índices de satisfacción de los colaboradores.

Diversos autores han realizado investigaciones sobre el bienestar laboral en la fuerza de ventas, abordando diferentes aspectos relacionados con el tema:

Tabla 1. Revisión de literatura sobre el bienestar laboral y la competitividad de los empleados

Autor (año)	Título	Objetivo de la investigación	Metodología	Principales
Gelatly y Irving (2001)	Personalidad, autonomía y rendimiento contextual de los directivos.	Analizar la relación entre el bienestar laboral y el desempeño en la fuerza de ventas.	Cuantitativa	Encontraron que la satisfacción laboral, el compromiso organizacional y la autoeficacia estaban positivamente relacionados con el desempeño en ventas.
Chan y Wang (2011)	Los estudiantes de ingeniería como agentes del cambio: combinar la inclusión social en el desarrollo profesional de los estudiantes de ingeniería eléctrica e informática.	En este estudio se busca identificar la relación entre el bienestar laboral y la intención de abandonar la empresa en la fuerza de ventas.	Cualitativa	Se dedujo que la satisfacción laboral y la percepción de apoyo organizacional estaban negativamente relacionados con la intención de abandonar la empresa.
Johnson y Sivadas (2011)	Satisfacción del cliente, riesgo percibido y compromiso afectivo: una investigación de direcciones de influencia	Consiste en examinar la relación entre el bienestar laboral y el compromiso organizacional en la fuerza de ventas.	Cuantitativa	La satisfacción laboral, el apoyo organizacional y la justicia organizacional estaban positivamente relacionados con el compromiso organizacional.

Sobre la base lo expuesto en la tabla anterior, se puede inferir que las investigaciones muestran que el bienestar laboral en la fuerza de ventas está relacionado con temas como el desempeño en ventas, la intención de abandonar la empresa, el compromiso organizacional y la satisfacción del cliente. Además, el estrés y la satisfacción laboral son factores clave en esta relación.

De igual forma, se presenta a continuación una sinopsis de las investigaciones realizadas en los últimos diez años sobre bienestar laboral en la fuerza de ventas por varios autores:

Tabla 2. Revisión de literatura sobre el bienestar laboral y la competitividad de los empleados

Autor (año)	Título	Objetivo de la investigación	Metodología	Principales
Batoool, et al, (2016)	Tipos de prácticas de responsabilidad social corporativa en la industria de Pakistán y su eficacia.	Estudiar la relación entre el apoyo social y el bienestar laboral en la fuerza de ventas.	Cuantitativa	Sus hallazgos indican que el apoyo social está positivamente relacionado con la satisfacción laboral y la satisfacción con la vida, mientras que está negativamente relacionado con el estrés laboral y el agotamiento emocional.
Han y Lim (2017)	El efecto del estrés laboral de los trabajadores sociales en la eficacia organizativa y el papel moderador del compromiso organizativo	Analizar la relación entre la responsabilidad social de la empresa y el bienestar laboral en la fuerza de ventas.	Cualitativa	La responsabilidad social de la empresa está positivamente relacionada con la satisfacción laboral y el compromiso organizacional, relacionada con el estrés laboral.

En síntesis, las investigaciones realizadas en los últimos diez años sobre bienestar laboral en la fuerza de ventas indican que el liderazgo, el apoyo social, la cultura organizacional, la responsabilidad social de la empresa y la autodeterminación están positivamente relacionados con la satisfacción laboral, el compromiso organizacional y la satisfacción con la vida, mientras que están negativamente relacionados con el estrés laboral y el agotamiento emocional.

Variable: Competitividad

El trabajo explicativo desarrollado por Fuentes (2006) se orienta a indagar sobre los factores que inciden en la competitividad de las organizaciones y arroja como resultado que, dentro de sus particularidades, cada unidad productiva posee factores individuales que la llevan al éxito pero que es deber de cada una de ellas, definir la propia estrategia para llegar a la cima. De forma similar, Bedoya (2003) realiza un ejercicio cualitativo y cuantitativo que resalta el papel esencial del talento humano en la consolidación de las ventajas competitivas de la empresa y como resultado de dicho estudio, identifica que la gestión corporativa viene enfrentándose a cambios vertiginosos y requiere una nueva dirección para participar activa y de forma protagónica en el escenario empresarial abordando tres aspectos claves: Lo económico, lo social y lo tecnológico.

En resumen, las investigaciones realizadas sobre competitividad en la fuerza de ventas sugieren que factores como la orientación al cliente, la remuneración y los incentivos, las habilidades de ventas y el conocimiento del producto, la innovación en ventas, la formación en ventas y el desarrollo de habilidades, están positivamente relacionados con la competitividad en la fuerza de ventas. Por lo tanto, es importante que las empresas presten atención a estos factores para mejorar la competitividad de su fuerza de ventas.

Con la intención de encontrar relación entre ambas variables, se detallan algunas investigaciones realizadas sobre la relación entre competitividad y bienestar laboral en la fuerza de ventas:

Martínez et al. (2016) realizó un estudio a través del cual examinó la relación entre la competitividad y el bienestar laboral en la fuerza de ventas. Los autores encontraron que existe una relación positiva entre la competitividad y el bienestar laboral en la fuerza de ventas, y que el liderazgo y el clima organizacional tienen un impacto positivo en ambas variables.

Como se mencionó en líneas anteriores, en la teoría de los factores de Herzberg (1986) se contempla el conjunto de elementos que producen satisfacción en el ser humano, es decir, las personas poseen un sistema de necesidades doble. Un lado orientado a evitar el sufrimiento y el otro hacia el crecimiento emocional e intelectual. Esta teoría se interrelaciona con la perspectiva de desgaste laboral que al ser una de las variables que posiblemente genere en el ser humano cambios negativos que puedan influir directamente sobre su competitividad y con la pirámide de Maslow desde la jerarquía de necesidades y como la satisfacción de estas puede generar un sentido más elevado hacia la vida y sus propósitos.

Perspectiva de desgaste laboral (Síndrome de Burnout)

De acuerdo con Cherniss (1990) el Síndrome de Burnout, esta constituido por un conjunto de afectaciones en la salud física y emocional del trabajador derivadas del exceso de carga laboral y las inadecuadas condiciones en las que desarrolla su labor; de acuerdo con los planteamientos del autor, existen tres periodos en este proceso: el desequilibrio entre el estrés y la carga laboral, la reacción emocional ante dicha situación y el florecimiento de conductas defensivas por parte del afectado en los ámbitos sicosomático, conductual, emocional y dentro del ambiente laboral.

Pirámide de las necesidades de Maslow

Abraham Maslow, retomado por Chiavenato (2009) propone una categorización de las necesidades humanas y la correspondiente influencia que estas determinan en el proceder de los individuos en el ambiente laboral; en la siguiente figura, se detalla dicha clasificación:

Figura 1. Pirámide de las necesidades de Maslow.



Fuente: Maslow, P. (1943)

Materiales y métodos

La presente investigación es de tipo cuantitativa por cuanto consiste en recolectar y analizar datos numéricos y se centra en indagar sobre la posible relación entre bienestar laboral y competitividad en un contexto natural. A su vez, en la realización de la presente investigación, la aplicación de instrumentos pretende medir la satisfacción, bienestar laboral y competitividad en una comercializadora de solución industriales, información que servirá de apoyo para sugerir alternativas enfocadas a mitigar las necesidades de bienestar laboral. La medición se llevará a cabo por medio de un cuestionario de satisfacción sobre el bienestar laboral de una comercializadora y su incidencia en la competitividad.

Por su parte, la muestra se constituye con un grupo representativo de 30 colaboradores, la selección se realiza mediante una segmentación de la empresa delimitada a el área comercial.

A continuación, detallaremos la fórmula utilizada para definir el tamaño de la muestra:

$$m = \frac{N}{(N-1) * K \wedge 2 + 1}$$

m= muestra

N= Población o universo (31)

K= margen de error (0.05)

Análisis y discusión de los resultados

En el siguiente apartado, se evidenciarán los resultados obtenidos en la aplicación del cuestionario, se inicia por la caracterización, seguido por la presentación de los resultados de la sección de bienestar laboral y competitividad.

Caracterización

Profundizando en la información recopilada se puede observar que la edad preponderante de la muestra es de 29 a 39 años con un porcentaje del 43.3%, los géneros predominantes son hombres cisgéneros y mujeres cisgéneros sumando el 93.3% y el mayor porcentaje de antigüedad en la compañía es de 6 a 12 años con el 30%, como se evidencia en las figuras 2, 3, 4 y 5.

Figura 2. Rango de edad entre los encuestados

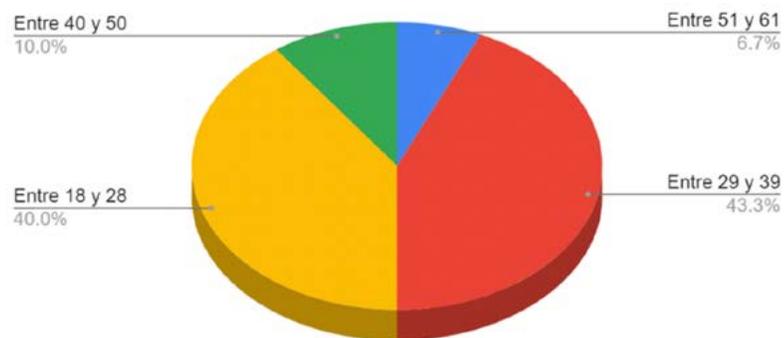


Figura 3. Género informado por los encuestados

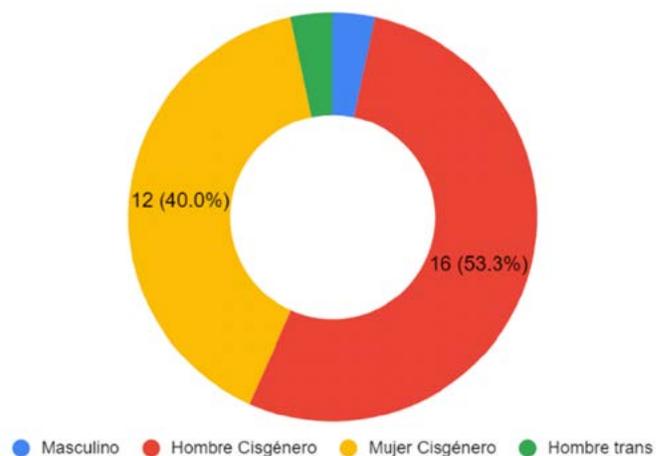
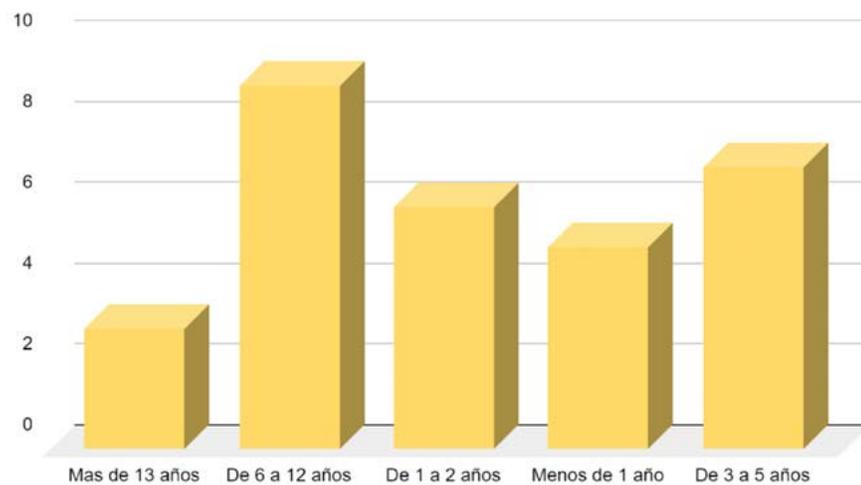


Figura 4. Antigüedad en la empresa de los colaboradores encuestados



Bienestar laboral y competitividad

En esta sección se evidencia que la compañía brinda oportunidades de bienestar, estabilidad y buen clima laboral con un 86.7%, las relaciones con el líder de área y compañeros permiten sentir comodidad, proponer ideas y desempeñar las funciones con un porcentaje de respuestas positivas del 96.7%.

Refiriéndose a la importancia del salario el 60% de los encuestados lo consideran muy importante, la causal más relevante por la que la muestra renunciaría es crecimiento profesional con un 43.3%, el incentivo que consideran más importante el 70% los encuestados y que podría ser más llamativo a la hora de mejorar su competitividad laboral es el económico. El 76.7% de la muestra tiene conocimientos de planes o incentivos que promueve la empresa y contribuyen a su bienestar y el de su familia, referente a los beneficios o incentivos a los que ha tenido acceso en la empresa el 53.3% indica que son las comisiones. El 69% indica que las condiciones y beneficios laborales crean un mayor grado de compromiso hacia el cumplimiento de objetivos.

Un 80.7% de las respuestas obtenidas refiere que los encuestados creen que tienen las habilidades, conocimientos y actitudes necesarias para cumplir los objetivos de la organización y, por último, el 86.2% considera que los reconocimientos impactan su desempeño laboral. Todo lo antes señalado, se justifica en los siguientes resultados:

Figura 5. Percepción de bienestar, estabilidad y buen clima laboral por parte de los encuestados

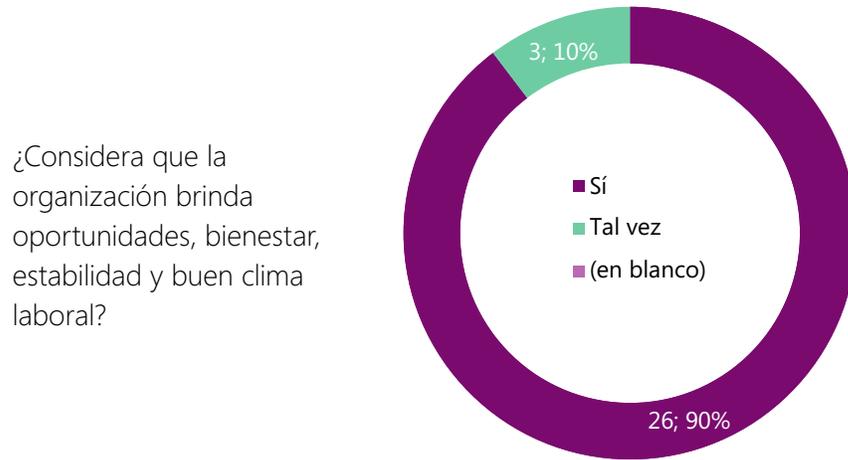


Figura 6. Comodidad y desempeño frente a las buenas relaciones laborales

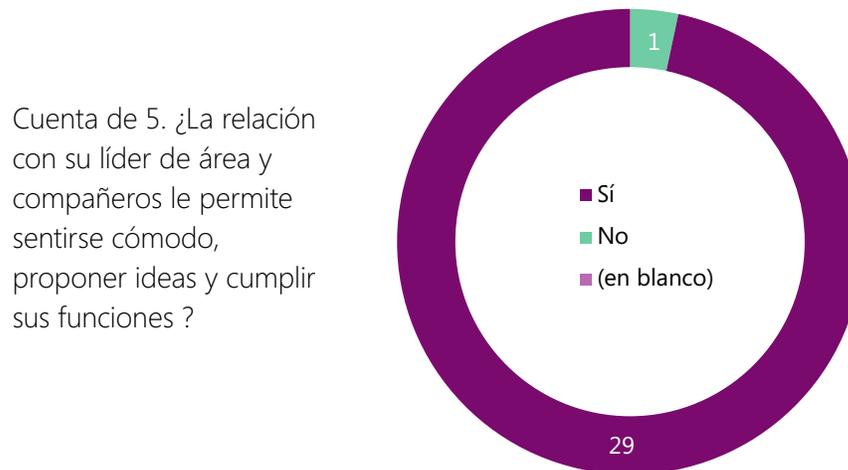


Figura 7. Nivel de importancia que posee el salario entre los encuestados

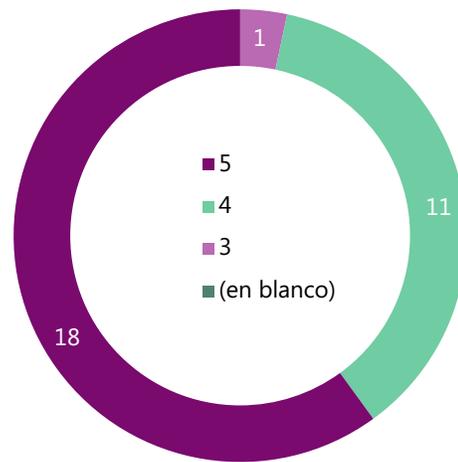


Figura 8. Principales causales de renuncia informadas por los encuestados

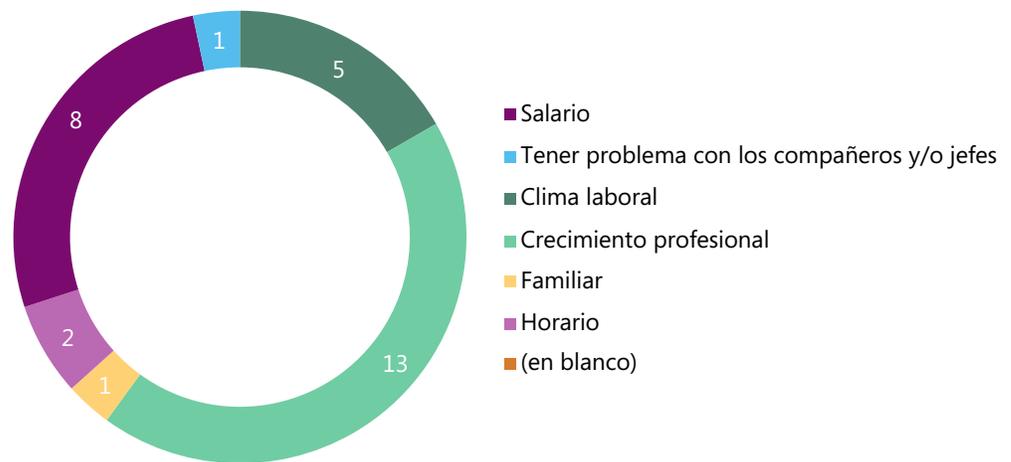


Figura 9. Incentivo más importante para potencializar la competitividad

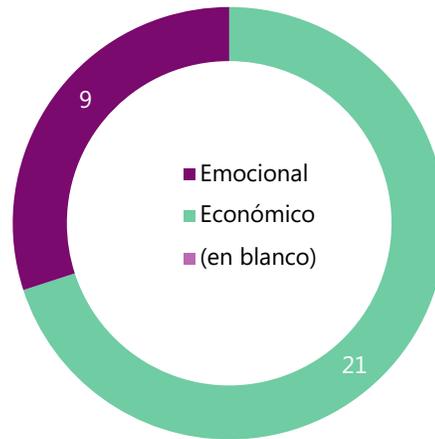


Figura 10. Conocimiento sobre incentivos que posee la empresa para la que laboran los encuestados

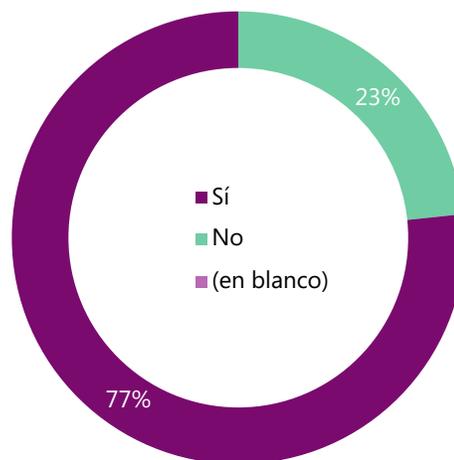


Figura 11. Acceso a incentivos de la empresa para la que laboran los encuestados

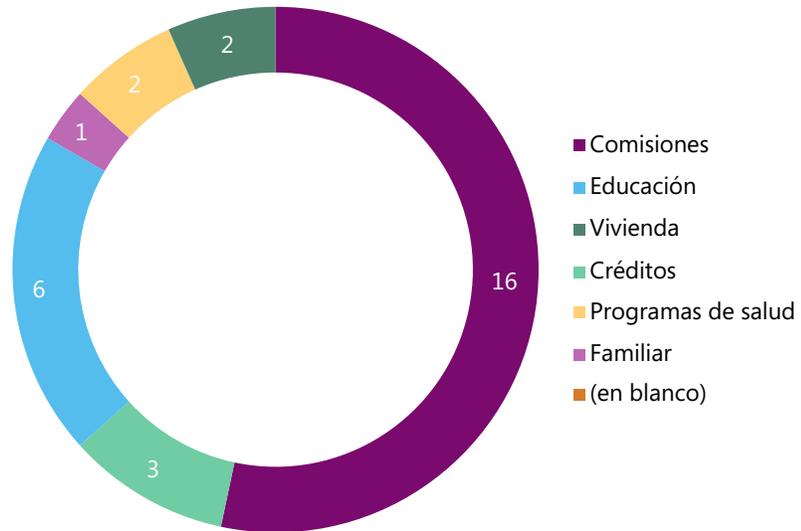


Figura 12. Condiciones y beneficios laborales que impulsan el compromiso de los encuestados

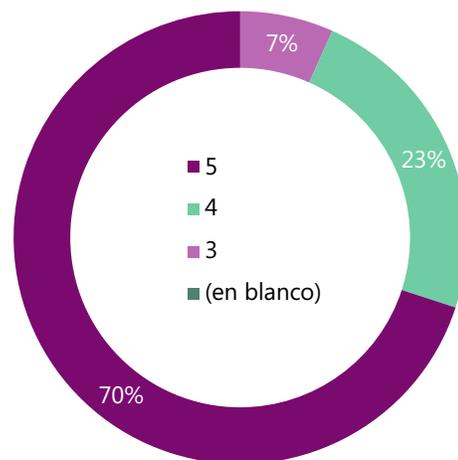
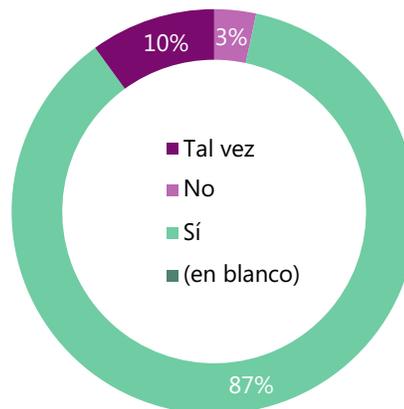


Figura 13. Habilidades, conocimientos y actitudes necesarios para la consecución de objetivos



Figura 14. Impacto de los reconocimientos en el desempeño laboral de los encuestados



Resulta valioso aportar, que sobre la base de los resultados obtenidos Estrada y Reyes (2010) exponen que el bienestar laboral representa un capital activo organizacional para que cualquier empresa pueda alcanzar las metas establecidas y en razón a ello, se considera altamente importante el diseño y aplicación de un plan de intervención dirigido a superar las insuficiencias detectadas y que obstaculizan la plena integración y comprometimiento de los trabajadores en la misión empresarial.

Conclusiones

El objetivo investigativo se centró en evaluar el impacto del bienestar laboral de la fuerza de ventas en una comercializadora de soluciones industriales; con esta intervención investigativa se pretende resaltar la importancia de éste como una inversión proyectada a largo plazo, la cual se ve reflejada en el producto o servicio brindado por la organización. Basados en los resultados obtenidos, se infiere que actualmente la fuerza de ventas de la empresa en estudio posee una percepción positiva respecto al bienestar que le otorga la compañía; de igual manera se resalta la importancia que tienen los estímulos y la remuneración salarial como factores claves en el desarrollo de la competitividad y percepción de bienestar.

Ahora bien; al evaluar la posible correlación entre el bienestar laboral y la competitividad empresarial se evidencia que el nivel de satisfacción de los colaboradores en la organización impacta la percepción de bienestar y la competitividad; una gestión orientada al bienestar de las personas posee importantes efectos en la satisfacción, compromiso y estabilidad del colaborador; aportando un mayor índice de rendimiento y ventaja competitiva ya que servirá como mecanismo de atracción y retención para la fuerza laboral de ventas.

De acuerdo con los resultados obtenidos se concluye que los aspectos motivacionales y de bienestar tienen un rol preponderante en la decisión de los colaboradores especialmente aquellos que se desenvuelven en el área de ventas para permanecer, ser más competitivos y no desertar de sus labores. Esta afirmación acierta la hipótesis inicialmente planteada por la evidente relación que existe entre las variables objeto de estudio.

Dentro del análisis expuesto en base a los resultados de la aplicación del cuestionario sobre el bienestar laboral de una comercializadora de soluciones industriales y su incidencia en la competitividad, los factores con mayor relevancia son el clima laboral y el salario, además del impacto que generan las condiciones y beneficios que otorga la compañía con respecto al grado de compromiso de la fuerza de ventas. Esto quiere decir que la comercializadora de soluciones industriales posee una percepción y efectos positivos en sus condiciones laborales.

Finalmente, en relación a lo antes expuesto se concluye que a través del bienestar laboral la compañía puede intervenir en diferentes factores que impactan directamente su fuerza de ventas e influyen en el desarrollo de las tareas diarias y efectividad utilizando instrumentos que permitan medir y conjugar el ambiente corporativo y los sueños de los trabajadores, comprobando de esta forma que

la competitividad se ve directamente relacionada con el nivel de satisfacción y bienestar laboral percibido y otorgado, desde una perspectiva diferencial en el capital humano y retención del mismo.

Referencias Bibliográficas

- Batool, S., Butt, A., & Niazi, B. (2016). Types of corporate social responsibility practices across the industry in Pakistan and their effectiveness. In *Corporate Responsibility and Stakeholding* (Vol. 10, pp. 225-246). Emerald Group Publishing Limited.
- Bedoya, E. (2003). *La nueva gestión de personas y su evaluación de desempeño en empresas competitivas*. Universidad Nacional de San Marcos.
- Chang, Y. J., Wang, T. Y., Chen, S. F., & Liao, R. . (2011). Student engineers as agents of change: combining social inclusion in the professional development of electrical and computer engineering students. *Systemic Practice and Action Research*, 24, 237-245.
- Chiavenato, I., (2009) *Gestión del Talento Humano*. (3a. Ed.). McGraw-Hil
- Cherniss, C. (1980) *Profesional Burnout in Human Service organizations*. Editorial Praeger
- Covey, S. (1989). *Los siete hábitos de las personas altamente efectivas*. Editorial Grijalbo.
- Estrada, Y., & Reyes, M. R. (2010). El bienestar laboral y su incidencia en la gestión exitosa de las empresas en el turismo. *TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible*, 3(8), 18.
- Fuentes, L. (2006). Aproximación a los factores determinantes de la competitividad de la empresa de distribución comercial. <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/9830/cs233.pdf?sequence=1>
- Gelatly, I. R., & Irving, P. G. (2001). Personality, autonomy, and contextual performance of managers. *Human performance*, 14(3), 231-245.
- Han, K. H., & Lim, W. K. (2017). The effect of social workers' job stress on organizational effectiveness and the moderating role of organizational commitment. *Journal of Digital Convergence*, 15(7), 65-80.
- Harry, X., Ximing, Y. U. E., & Zhang, G. G. (2015). *Constructing annual employment and compensation matrices and measuring labor input in China* (No. 15005).
- Herzberg, F. (1968). One more time: How do you motivate employees? *Harvard Business Review*, 46(1), 53-62.
- Jiménez Martínez, S. (2017). Determinación de la fuerza de ventas. Definición y conceptos clave, *Gestión de la fuerza de ventas y equipos de comerciales*. (pp 13-17) Editorial Elearning, S.L.<https://books.google.com.co/books?id=GbpWDwAAQBAJ&lpg=PA1&hl=es&pg=PA2#v=onepage&q&f=false>
- Kumar, D. S. P. (2022). A study on employee welfare measures with reference to kawman pharma private limited. *Contemporary Research in Social Science*.

- Lahmann, J. (2020). El enorme coste de la (des)motivación, La empresa motivada: Un modelo con 14 herramientas y disciplinas para un equipo motivado. (pp 10-14). *La canecera*. <https://books.google.es/books?id=JwXPDwAAQBAJ&lpg=PT9&dq=Qu%C3%A9%20sucede%20cu%C3%A1ndo%20la%20fuerza%20de%20ventas%20no%20est%C3%A1%20motivada&lr&hl=es&pg=PT9#v=onepage&q&f=false>
- Libreros M. A. (2011). *Incidencia de la cultura organizacional sobre el bienestar laboral de los servidores públicos de una institución educativa del Valle del Cauca*. (Tesis de grado). <http://www.bdigital.unal.edu.co/4202/1/7709012.2011.pdf>
- López, M. (2009) *Influencia del clima organizacional en el desempeño de los colaboradores del área operativa en una empresa dedicada a la comercialización*. (Tesis de grado) <http://biblio2.url.edu.gt/Tesis/05/43/Lopez-Monica.pdf>
- Mahmood, S., Khwaja, M. G., & Jusoh, A. (2019). Electronic word of mouth on social media websites: Role of social capital theory, self-determination theory, and altruism. *International Journal of Space-Based and Situated Computing*, 9(2), 74-89.
- Martínez Gómez, C. (2016). Evaluación de la gestión de activos físicos en la Empresa de Telecomunicaciones de Cuba SA, ETECSA (Doctoral dissertation, Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas. *Facultad de Ingeniería Mecánica e Industrial*. Departamento de Ingeniería Industrial.
- Martínez, R. (2016). *Servicio al cliente interno: Todos somos clientes y todos tenemos clientes*. Ediciones de la U.
- Maslow, P. (1943). La Pirámide de Maslow, o jerarquía de las necesidades humanas
- Mejía Pérez, F. E., & Pupo Kunzel, A. J. (2017). Análisis del bienestar laboral de los asesores de servicio de la empresa de telefonía celular Tigo en Cartagena De Indias (*Doctoral dissertation, Universidad de Cartagena*).
- Pérez Centurión, M. A., & Vásquez Marín, M. J. (2017). *Relación entre la satisfacción laboral y el desempeño de los colaboradores del área de operaciones*—Agencia Central Cajamarca del Banco de Crédito del Perú, 2016.
- Porter, M. (1985). La ventaja competitiva según Michael Porter. Web y Empresas, Administración, Ingeniería, Gestión y mucho más.
- Rackham, N. (1999). *The behavior of successful negotiators*. Negotiation: Readings, Exercises, and Cases. Burr Ridge, Illinois: Irwin.
- Romero Paredes, R. R. (2019). *Relación del clima organizacional y la productividad de los colaboradores del área de producción de ladrillo de la empresa Cerámicos Lambayeque de la ciudad de Chiclayo*, 2020.
- Rutherford, B., Park, J., & Han, S. L. (2011). Increasing job performance and decreasing salesperson propensity to leave: An examination of an Asian sales force. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 31(2), 171-183.
- Saldaña Bermeo, M. I. (2019). *Determinantes de la competitividad turística para el desarrollo del turismo de naturaleza en el distrito de Canchaque—Piura—2018*.
- Senge, P. (1990). La quinta disciplina. Editorial Granica.
- Varadarajan, R., Sinha, M., Hunt, S. D., Agarwal, R., Dash, S., Katsikeas, C. S., ... &

- Sivakumar, K. (2018). *Legends in Strategic Marketing: Environmental Sustainability, Innovations for Emerging Markets and Marketing in Emerging Markets*. SAGE.
- Vega De Velasco, E. C. (2017). *Relación entre el síndrome del Burnout y bienestar psicológico en los colaboradores operativos de servicio de una entidad financiera estatal*.
- Wang, C. H., Chung, C. P., Hwang, J. T., & Ning, C. Y. (2018). The foreign domestic workers in Singapore, Hong Kong, and Taiwan: Should minimum wage apply to foreign domestic workers?. *The Chinese Economy*, 51(2), 154-174.
- Zornoza, C. C. (2016). La competitividad de un destino turístico maduro: el caso de Cullera. In *Aportacions entorn del desenvolupament territorial y social valencià: confèrencies. Vicerektorat de Participació i Projecció Territorial. 2014 i 2015* (pp. 59-78).
- Zeng, M., & Glaister, K. W. (2018). Organizational learning and sales performance in international new ventures: The mediating role of dynamic capabilities. *Journal of International Marketing*, 26(3), 42-62
- Zoltners, A. A., Sinha, P., & Lorimer, S. E. (2008). Sales Force Design for Strategic Advantage. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 28(2), 115-131.