

UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA



TESIS

**LA MOTIVACIÓN Y SU RELACIÓN CON EL DESEMPEÑO DEL EQUIPO DE
ASESORES DE VENTAS DEL ÁREA COMERCIAL DE LA FINANCIERA**

CREDISCOTIA SEDE LIMA

PRESENTADO POR LA BACHILLER

MARGOTH AGUILAR ROJAS

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA**

LIMA, PERU

2020

A mis padres quienes con su amor,
paciencia y esfuerzo me han permitido
llegar a cumplir un sueño más, gracias por
inculcar en mi el ejemplo de esfuerzo y
valentía

A toda mi familia por sus consejos y
palabras de aliento hicieron de mí una mejor
persona y de una u otra forma me
acompañan en todos mis sueños y metas.

AGRADECIMIENTO

A mis maestros de la Escuela Profesional de Administración y Gerencia gracias a sus enseñanzas pude lograr mi Título Profesional

INTRODUCCIÓN

En las distintas organizaciones la motivación ha sido el tema esencial porque se sabe que está relacionado con el desempeño de los colaboradores y está directamente vinculado a sus actividades, donde se les puede presentar una serie de dificultades personales o laborales lo que afecta la productividad laboral. Por ello; se desarrolla diferentes programas de motivación con el objetivo, de que los colaboradores puedan cumplir sus funciones de la mejor manera en sus puestos de trabajo, y donde se puede evaluar el desempeño laboral de los mismos para que se traduzca en una realimentación permanente y puedan estar altamente motivados. Lo que nos llevó en este estudio contemplar este aspecto necesario en la presente investigación.

Capítulo I. Se realizó la descripción de la realidad problemática de acuerdo a las variables y la situación real del contexto en estudio.

Capítulo II. Está relacionada con la base teórica científica y conceptual a través de diferentes autores que permiten manifestar que la motivación y su relación con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia Sede Lima.

Capítulo III. Se diseñaron las hipótesis de la investigación.

Capítulo IV. Se desarrolló el marco metodológico que incluyó el método de la investigación, el diseño de la investigación, la población y muestra de la investigación, las variables de la investigación, las técnicas e instrumentos de recolección de datos utilizados, los procedimientos para la recolección de datos, y las técnicas de procesamiento de análisis de datos.

Capítulo V. Se presenta los resultados obtenidos, las conclusiones y recomendaciones

Índice

CAPÍTULO I	8
PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO	10
1.- Formulación del problema.....	10
2.- Objetivos, General y Específicos	10
3.- Justificación o importancia del estudio.....	11
4.- Alcance y limitaciones.....	11
CAPÍTULO II	12
MARCO TEÓRICO –CONCEPTUAL.....	12
1.-Antecedentes de la investigación.....	12
2.- Bases teórico-científicas	15
3.- Definición de términos básicos.....	33
CAPÍTULO III.....	35
HIPÓTESIS Y VARIABLES	35
1.- Hipótesis y/o Supuestos básicos	35
2.- Variables o Unidades de análisis	35
3.- Matriz lógica de consistencia.....	36
CAPÍTULO IV.....	389
MÉTODO	399
1.-Tipo y Método de investigación	399
2.- Diseño específico de investigación.....	399
3.- Población, Muestra o participante	399
4.- Instrumentos de recogida de datos.....	41
5.- Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	42
6.- Procedimiento para la ejecución del estudio.....	42
CAPÍTULO V	43
RESULTADOS OBTENIDOS.....	43
Conclusiones.....	70
Recomendaciones	71
Referencias.....	72
APÉNDICE.....	73

Lista de Tablas

Tabla 1	Me gusta hacer las cosas bien.....	43
Tabla 2	Sé que puedo dar más de lo que me piden.....	44
Tabla 3	Me gusta y cumplo con la metas de ventas.....	46
Tabla 4	Me siento seguro y estable en mi empleo lo que me permite vender más.....	47
Tabla 5	Me siento motivado con mi trabajo en el área de ventas.....	48
Tabla 6	La empresa me da prestaciones sociales adecuadas.....	49
Tabla 7	En general estoy satisfecho con mi puesto de trabajo.....	50
Tabla 8	Estoy satisfecho con los beneficios que brinda la empresa (seguro de salud, retiro, vacaciones)	51
Tabla 9	Mi trabajo es evaluado en forma justa.....	52
Tabla 10	Me siento parte importante de esta organización.....	53
Tabla 11	Recibo un trato justo en mi trabajo.....	54
Tabla 12	Recibo felicitaciones por un buen trabajo realizado.....	55
Tabla 13	En esta organización se cumple a tiempo las metas de ventas.....	56
Tabla 14	Reconocen mis logros.....	57
Tabla 15	Estoy satisfecho con la remuneración recibida.....	58
Tabla 16	La empresa brinda sueldos y salarios justos.....	59
Tabla 17	Existen bonificaciones y recompensas financieras diversas.....	60
Tabla 18	Me gusta ayudar a mis compañeros.....	61
Tabla 19	Me gusta participar en las actividades organizadas por la institución.....	62
Tabla 20	Hago con gusto las cosas más allá de mis funciones.....	63

Lista de Figuras

Figura 1	La motivación mejora el desempeño.....	16
Figura 2	Proceso de estímulo.....	17
Figura 3	Jerarquía de las necesidades.....	19
Figura 4	Interacción de la motivación interna y externa.....	25
Figura 5	Motivación interna.....	26
Figura 6	Motivación Externa.....	29
Figura 7	Tipos de motivación externa.....	30

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

La motivación, es un concepto esencial que se debe tener en cuenta en cualquier plano donde los colaboradores de cualquier organización tengan un desempeño adecuado, es un factor que impulsa para lograr las metas y objetivos. La motivación según Abraham Maslow (1991) “es el impulso que tiene el ser humano de satisfacer sus necesidades, esto lo llevo a pensar que una vez satisfechas las necesidades fisiológicas, surgen otras que dominan”. (p.32) Si dichas necesidades fisiológicas están bien atendidas, surgen nuevas necesidades, que este autor las categoriza de forma general como necesidades de seguridad, pertenencia, estima y autorrealización.

En distintas empresas la motivación ha sido el tema esencial porque se sabe que está relacionado con el desempeño de los colaboradores y está directamente vinculado a sus actividades, donde se les puede presentar una serie de dificultades personales o laborales lo que afecta la productividad laboral. Por ello; se desarrolla diferentes programas de motivación con el objetivo, de que los colaboradores puedan cumplir sus funciones de la mejor manera en sus puestos de trabajo, y donde se puede evaluar el desempeño laboral de los mismos para que se traduzca en una realimentación permanente y puedan estar altamente motivados.

Este ámbito que se explica permite el estudio sobre la motivación y su relación con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la Financiera Crediscotia

Sede Lima, donde se puede observar y deducir a priori que los asesores de ventas no estarían motivados en el trabajo, existiendo un estado interno inactivo, lo que incide en la conducta de los colaboradores hacia el logro de metas. Por ello; el impulso no es significativo para la realización de las acciones lo que impide con éxito la culminación de las mismas.

Si bien es cierto que los asesores de ventas que ganan muy bien, con altas comisiones, que pueden hacer una línea de carrera que permite subir de asesores de ventas a funcionarias, caja, plataforma, líder, supervisor, donde los horarios son flexibles; sin embargo, en este contexto muchos asesores de ventas no aspiran a cargos más importantes, lo que significa que existe un nivel considerable de conformismo, donde la mayoría de asesores de ventas no permiten que se les ayude a crecer profesionalmente.

Otros aspectos que pudiera estar afectando es la comunicación entre supervisor y dirigidos que no es asertiva, así como el favoritismo, que hace evidente que no se está tomando en cuenta la meritocracia, lo que influye de manera considerable en el comportamiento del equipo. Además de que en algunas agencias no hay respaldo emocional hacia asesores de ventas a diferencia de otras áreas., Estos aspectos afectan de manera sustancial el proceso de servicio y atención al cliente que sufre las consecuencias que puede estar incidiendo en el nivel de quejas.

Por lo tanto; observamos que a pesar de que existen aspectos positivos, el impulso no sería significativo para la realización de las acciones lo que impide con éxito la culminación de las mismas, por lo que nos lleva a investigar sobre la motivación y su relación con el desempeño del equipo de asesores de ventas en el área comercial de la financiera Crediscotia.

1.- Formulación del problema

Problema principal

¿Cómo la motivación se relaciona con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima?

Problemas secundarios

- ¿Cómo la motivación externa se relaciona con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima?
- ¿Cómo la motivación interna se relaciona con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima?

2.- Objetivos, General y Específicos

Objetivo General

Determinar cómo la motivación se relaciona con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima

Objetivos específicos

- Determinar cómo la motivación externa se relaciona con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima
- Determinar cómo la motivación interna se relaciona con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede

3.- Justificación o importancia del estudio

La importancia del estudio radica en principio en el aporte teórico que debe enriquecer la Teoría General de la Administración desde el ámbito del comportamiento organizacional y el campo específico de la motivación, así como el desempeño de equipos en un contexto comercial de una organización financiera, lo que significa un ámbito esencial del pensamiento administrativo.

En cuanto a la aplicación práctica del estudio, es de importancia indagar cómo la motivación se relaciona con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima, que nos va permitir conocer un aspecto necesario de la vida emocional de un equipo de personas que incide en la atención de los clientes externos. Además se pretende que el presente estudio sirva de referencia para futuras investigaciones.

4.- Alcance y limitaciones

El estudio pretende desarrollar un ámbito teórico necesario, lo que nos permite establecer el alcance del mismo, esto nos llevará a determinar cómo la motivación se relaciona con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima y las sub variables que se desprende de la motivación que explora la motivación externa y la motivación interna

En cuanto a las limitaciones con respecto al desarrollo de la tesis donde se requiere tiempo, financiamiento y acceso no existe inconveniente, lo que significa que la investigación es viable.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO –CONCEPTUAL

1.-Antecedentes de la investigación

Antecedentes nacionales

Chirito Raymundo (2015) Tesis “*La motivación y su incidencia en el desempeño laboral del - banco Interbank, tiendas en huacho, periodo 2014*”. Universidad Nacional (José Faustino Sánchez Carrión. Facultad DE Ciencias Empresariales Escuela Académica Profesional de Administración.

El estudio determinó la incidencia de la motivación en el desempeño laboral de los colaboradores de la entidad bancaria Interbank de la ciudad de Huacho para el periodo 2014. La investigación es Mixta, de tipo descriptivo correlaciona, la encuesta fue censal, cuya población y muestra fue de 43 colaboradores, donde se obtuvo como resultado que la motivación incide de manera positiva en el desempeño laboral de los colaboradores del Banco Interbank, lo que significa que en esta entidad financiera el ambiente laboral, políticas de la organización, salario, seguridad en el puesto y comunicación, conllevan a que los trabajadores se desempeñen de manera eficiente y eficaz, lo que conlleva a un mejor servicio al cliente.

Serrano (2016) Tesis “*Influencia de los factores motivacionales en el rendimiento laboral de los trabajadores CAS de la municipalidad distrital de Carabaylo*”. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Facultad de Ciencias Administrativas. Unidad de Posgrado

La tesis observada que tuvo como objetivo determinar cuáles son los factores motivacionales que influyen en el rendimiento laboral de los trabajadores de Contrato Administrativo de Servicio (CAS) de la Municipalidad de Carabayllo, es de tipo descriptivo correlacional, donde se tuvo una muestra de 104 participantes comprobándose la correlación significativa de la variable Factores motivacionales con la variable Rendimiento laboral, lo que valida la hipótesis alterna confirmando que los factores motivacionales influyen de manera significativa en el rendimiento laboral de los trabajadores CAS de la Municipalidad Distrital de Carabayllo.

Alvitez y Ramírez (2013) Tesis *“Relación entre el programa de compensación e incentivos y la motivación de los empleados en la empresa del grupo Almer – 2013”* Universidad Privada Antenor Orrego. Facultad de ciencias Económicas Escuela Profesional de Administración. Trujillo

Se observa que la tesis tuvo como objetivo la determinación de la relación entre la motivación de los empleados y el programa de compensación del Grupo Almer. Dicho estudio es experimental y explicativa donde se concluye que si existe una relación positiva entre el programa de compensaciones e incentivos con la motivación de los trabajadores. Lo que nos muestra un nivel considerable de insatisfacción por la relación directa con el nivel de sueldo que percibe el empleado

Antecedentes internacionales

Sum (2015) Tesis "*Motivación y desempeño laboral*". Universidad Rafael Landívar. Facultad de Humanidades. Licenciatura en psicología Industrial/Organizacional.

El objetivo de la tesis comprobó la relación de la motivación de los colaboradores con el desempeño laboral siendo significativo, el estudio fue de tipo descriptivo donde se utilizó una prueba psicométrica y una escala de Likert, teniendo una muestra a 34 sujetos del personal administrativo, donde se obtuvo los resultados que determinan que la motivación influye en el desempeño laboral de los colaboradores, por lo que el nivel de insatisfacción se debe resolver y superar.

Guzmán y Olave (2004) Tesis "*Análisis de la motivación, incentivos y desempeño en dos empresas chilenas*", Universidad de Chile. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas Escuela de Economía Y Administración.

El estudio tuvo como objetivo crear un marco teórico que permita adquirir conocimiento teórico con respecto a los recursos humanos y obtener una perspectiva general de cómo los incentivos influyen en la motivación al personal, en qué magnitud y dirección estos estímulos afectan el desempeño tanto del personal como de la organización. La investigación es de carácter no experimental y explicativo y se pudo concluir que todas las personas tienen necesidades, que se rigen por patrones bastante similares y es por esto que es posible tomar medidas globales para poder incentivarlos de manera individual.

Ortega (2013) en la tesis Incentivos monetarios en la motivación laboral, realizada en el Ingenio

Tululá S.A. Universidad Rafael Landívar. Facultad de Humanidades. Campus de Quetzaltenango.

El estudio observado tuvo como objetivo establecer la influencia de los incentivos monetarios en la motivación de los empleados, en el mismo se utilizó el diseño descriptivo y como instrumento la prueba psicométrica EMP (Escala de Motivaciones Psicosociales), con el propósito de verificar el nivel de motivación de los empleados, donde se determinó que la motivación laboral surge como alternativa ante los conflictos, la falta de entendimiento entre las personas, la desmotivación, la baja productividad y el desinterés, además logró la mediación entre los intereses patronales y las necesidades o expectativas de los trabajadores. Los resultados de la comprobaron que existen elementos que influyen en la motivación laboral del trabajador y que no necesariamente se relacionan con la entrega de una compensación monetaria por un buen trabajo realizado.

2.- Bases teórico-científicas

La motivación una preocupación organizacional

A partir de esta preocupación muchas investigaciones han brindado información valiosa para mejorar este ámbito. Por lo tanto; la motivación se refiere a los esfuerzos que cada una de las personas pueden lograr, teniendo sueños, objetivos y metas. También tiene una dimensión de persistencia que es la medida del tiempo que tiene que ver mucho con el esfuerzo. En esta parte se revisarán las **bases teórico-científicas** sobre la motivación.

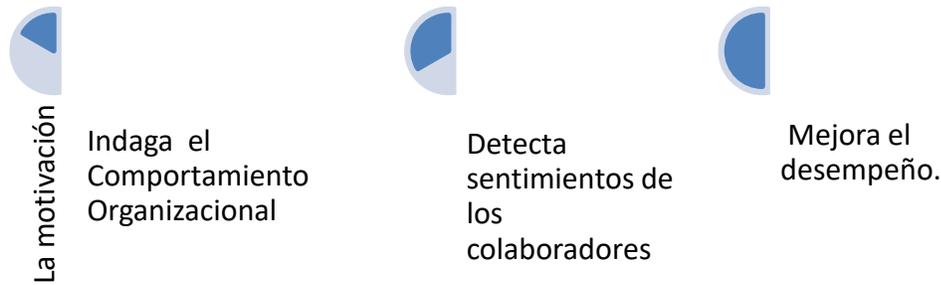


Figura 1 La motivación mejora el desempeño

Fuente: Elaboración propia

2.1 Motivación

Cuando las personas se esfuerzan llegan a su meta de producción la preocupación es menor por eso con la voluntad y la perseverancia pueden lograr satisfacer sus necesidades. Asimismo, permite buscar mejores resultados en su cargo para superar o alcanzar los resultados esperados. Según Robins (2009) “la motivación es el proceso que involucra la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo de un individuo hacia el logro de un objetivo”. (p.174) Por ello, se menciona que a la motivación se concibe también como el resultado de la interacción de las personas en contextos distintos.

Algunas personas pueden estar dirigidas al triunfo, pero otras personas como un estudiante puede encontrar difícil leer un libro por más de 20. Para este estudiante, el cambio en la motivación lo genera la situación. Por lo tanto, el nivel de motivación varía tanto entre las personas, como en uno solo, en momentos diferentes. (Robins, 2009, p.175) Las personas por tal

motivo, cubren sus necesidades en el trabajo cumpliendo sus funciones para poder lograr sus metas ya que cada uno maneja sus estrategias. El factor motivacional es muy importante para lograr objetivos y satisfacer las expectativas laborales, y lo que se espera son los premios, reconocimiento, por los logros.

El deseo de aprender y alcanzar nuestros logros, para poder satisfacer las necesidades como también se puede alcanzar nuestros propósitos de alcanzar la dirección de una gerencia en una empresa. Se puede lograr con una actitud positiva con perseverancia y conocimiento de uno mismo. Practicando valores de responsabilidad, puntualidad, honestidad para poder marcar diferencia en nuestro cargo o puesto. Para Maslow(1991) "la motivación es el proceso de estimular a un individuo para que se realice una acción que satisfaga alguna de sus necesidades y alcance alguna meta deseada para el motivador". (p.35).



Figura 2 Proceso de estímulo

Fuente: Elaboración propia con base en el concepto de Maslow (1991)

2.2 *La motivación humana*

Las personas tienen diferentes comportamientos que puede ser causa de las funciones que cumplen en su cargo o puesto lo que hace que actúen sobredimensionando su accionar y convirtiéndose en personas con carácter difícil, en cambio otros son flexibles lo que hace que apoyen a las personas con lo que necesitan. Ruiz, Gago, Garcia, Lopez (2013) afirman “que el impulso para actuar puede ser provocado por un estímulo externo que proviene del ambiente o por un estímulo interno que genera los procesos mentales de la persona” (p.42). Esto comprueba que la motivación varía en cada persona puesto que las necesidades cambian de un individuo a otro; lo que produce diferentes modelos de comportamientos, pero se sabe que aunque estos varíen los diferentes comportamientos de la motivación es básicamente el mismo en todas las personas.

El deseo de superación y formar parte de la organización, es importante porque pertenecemos a grupo, si este ambiente no hay motivación no podremos lograr las metas y objetivos. El medio ambiente es adecuado además de tener incentivos financieros y no financieros entonces los colaboradores estarán motivación y se no podrá de manera voluntaria llegar a lograr los objetivos y metas. Por lo tanto; el clima laboral es un factor clave para convivencia y donde trabajar en equipo y además el tipo de comunicación, la responsabilidad, actitud y aptitud debe ser adecuada.

Esto nos lleva a pensar en lo importante que es motivar a las personas; por ello, es conveniente crear un ambiente en el que se puedan desarrollar y crecer como personas y que estén satisfechas. Esto hará que ellos aporten su energía y esfuerzo, y sea compatible las metas individuales y organizacionales.

2.3 *Las teorías que tratan sobre la motivación*

Se formularon teorías sobre la motivación en el ámbito laboral que se fueron desarrollando en el transcurso del tiempo (Robins y Judge, 2013, p.176). Estas representan el fundamento de donde surgieron las formas de motivación sobre los individuos, y son las teorías más conocidas.

Teoría de la jerarquía de las necesidades

La teoría que trata sobre la jerarquía de las necesidades, que fue desarrollada por Abraham Maslow en 1943, donde determina que en cada individuo existe una jerarquía de cinco necesidades las que se menciona a continuación

- **Fisiológicas.** Se refiere las necesidades básicas del individuo como el hambre, sed, refugio.
- **Seguridad.** Se refiere al cuidado y la protección contra los daños físicos y emocionales.
- **Sociales.** Se refiere al efecto, el sentido por pertenencia, la aceptación y la necesidad.
- **Estima.** Se refiere a los factores internos como el respeto que tiene la persona a sí mismo, la autonomía y el logro; y factores externos como el estatus, el Reconocimiento y la atención.

Figura 3 Jerarquía de las necesidades

Fuente: Elaboración propia basado en el concepto de Maslow (1991)

Maslow (1991) menciona “que las necesidades no se satisfacen por completo, si uno alcanza un nivel deja de motivar, si la misma está bastante complacida, la siguiente se vuelve dominante. Si se desea motivar a un individuo se necesita entender y saber en qué nivel de la jerarquía se encuentra esa persona y concentrarse en el nivel de esta satisfacción”(p.43) Según este autor, la motivación, debe incidir en la satisfacción de las necesidades de las personas, pero no siempre satisface una necesidad en los niveles expuestos. Las personas por ejemplo no siempre están motivadas por el trabajo solo trabajan para cubrir sus necesidades en casa o estudio. Por ejemplo, si un trabajador satisface sus necesidades fisiológicas, pero está contratado a plazo determinado, pues es nuevo en el trabajo, una forma efectiva de motivación es darle la posibilidad de formar un contrato por plazo indefinido si se desempeña bien en la empresa, con lo cual satisfará su necesidad de Seguridad, en este caso, estabilidad laboral.

Teorías X y Y

En la teoría X están representadas por presunción que las personas son renuentes al trabajo con un nivel considerable de pesimismo. Estas personas que están supeditadas a una manera de pensar derrotista nunca podrán salir adelante porque tienen un pensamiento negativo. La teoría Y están representadas las personas que son progresistas, se desempeña cada día por superarse en la vida profesional como también en su hogar. Estas personas trabajan a diario en lo que sea por salir adelante van al trabajo con responsabilidad y cumplir sus funciones en cada área que les corresponde de forma ordenada, trabajando-Douglas McGregor (1960) quien estudia estas

perspectivas expresa:

“La teoría X presupone que el trabajador es pesimista, es rígido y con una aversión innata al trabajo evitándolo si es posible (...) la teoría Y, se caracteriza por considerar al trabajador como el activo más importante de la empresa se conoce como una persona dinámica, flexible y optimista.” (p.33).

Esto llevó a pensar que las personas inmersas en la teoría X que son adversas al trabajo deben ser dirigidos e incluso coaccionados a realizarlo, en la teoría Y donde se cree que las personas miran el trabajo como algo tan natural, son las que aprenderán a aceptarlo buscando ser responsables.

La teoría de Motivación-Higiene de Herzberg

Frederick Irving Herzberg 1959 un psicólogo muy influyente desarrolló la Teoría de los dos factores, también llamada la Teoría de la motivación e higiene. Propone que las personas están influenciadas por dos factores: La satisfacción y la insatisfacción

La satisfacción que es principalmente el resultado de los factores de motivación. Estos factores ayudan a aumentar la satisfacción del individuo pero tienen poco efecto sobre la insatisfacción. Dichos factores motivacionales o factores internos, están relacionados con la satisfacción en el cargo y con la naturaleza de las tareas que el individuo ejecuta. (Robins 2009, p.189)

Factores de motivación

- Logros
- Reconocimiento
- Independencia laboral
- Responsabilidad
- Promoción

La insatisfacción es principalmente el resultado de los factores de higiene. Si estos factores faltan o son inadecuados, causan insatisfacción, pero su presencia tiene muy poco efecto en la satisfacción a largo plazo. Dichos factores higiénicos o factores externos, están relacionados con la insatisfacción, pues se localizan en el ambiente que rodean a las personas y abarcan las condiciones en que desempeñan su trabajo. (Robins 2009, p.190)

Factores de higiene

- Sueldo y beneficios
- Política de la empresa y su organización
- Relaciones con los compañeros de trabajo
- Ambiente físico
- Supervisión
- Status
- Seguridad laboral
- Crecimiento

- Madurez
- Consolidación

Los factores internos y externos se originan de diferentes puntos de partida, se debe señalar que es indispensable el correcto balance entre ambos para lograr un resultado óptimo. Un factor puede resultar ser más importante que el otro dependiendo del tipo de trabajador pero siempre es ideal buscar el punto medio para satisfacer ambas necesidades. Para todos los trabajadores, la motivación no significa ni implica lo mismo, es casi imposible saber a cabalidad que es lo que buscan o anhelan. Es por eso que se trata de abarcar la mayor cantidad de puntos críticos que motivan el actuar de las personas buscando en ellos efectos y resultados positivos. Asimismo, es crucial señalar que la motivación no siempre es la misma ni se mantiene constante y que variará según la edad y etapa que este atravesando el trabajador, ya que notablemente los intereses de un chico de 25 años no serán los mismos que las de un señor de 40 años. Dicho esto, es importante que las empresas conozcan más a sus trabajadores para que sepan sus verdaderas motivaciones a corto, mediano y largo plazo y tengan el beneficio de otorgarles una comunicación fluida y abierta en donde puedan expresar sus inquietudes, preocupaciones, opiniones y se les pueda escuchar y tomar en cuenta.

La teoría motivacional de McClelland:

La teoría motivacional de McClelland se enfoca básicamente en tres tipos de motivación: Logro, poder y afiliación:

- Logro: Es el impulso de ser el mejor, de desmarcarse del resto, de tener éxito. Lleva a los

individuos a imponerse a ellos mismos metas muy elevadas.

- Poder: Necesidad de influir y controlar a otras personas y/o grupos, necesidad de ser reconocidos por estos.
- Afiliación: Deseo de tener relaciones interpersonales amistosas y cercanas, estar en contacto con los demás, prefieren el trabajo en grupo al individual.

2.4 Motivación Interna y externa

La motivación interna y externa son dos aspectos importantes en la estimulación humana y la satisfacción de necesidades, cada uno de estos aspectos puede darse de diferente en cada persona y es bueno saber cómo desarrollar cada una de ellas, para mejorar la motivación de las personas. “Existen varias teorías o supuestos distintos sobre la forma en la que se da la motivación Esta clasificación atiende al incentivo que provoca el acto” (Ryan y Deci, 2000, p.3). Por lo que el tipo de motivación puede variar de acuerdo a la causa que generan efectos distintos cuando se trata de alcanzar metas o como los incentivos financieros y no financieros que tienen ese mismo propósito.

Se demostró que la motivación interna y externa podían interactuar entre ellas, pero no de forma aditiva. “Son muchas las investigaciones que demuestran que la motivación interna y externa pueden darse de forma conjunta y generar influencias positivas en la conducta del ser humano” (Calder y Staw 1975, p.9).

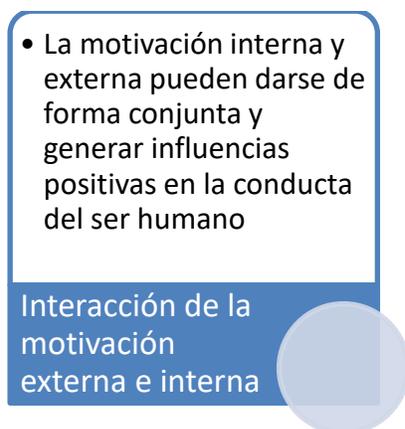


Figura 4 Interacción de la motivación interna y externa

Fuente: Elaboración propia con base en el concepto de Calder y Staw (1975)

Motivación interna.

Ryan y Deci (2000), definen la motivación interna como la “tendencia inherente del ser humano de salir a la búsqueda de retos para ampliar y ejercitar la capacidad de uno mismo, explorar y aprender” (p.5). Donde el único objetivo es enriquecer el mundo interior de las personas o del uno mismo, lo que conlleva al desarrollo personal.

La motivación interna se teorizó desde la Autodeterminación, donde se concluye que este tipo de motivación “no está condicionadas por factores externos, por lo que habría necesidades psicológicas innatas en el hombre que le llevan a comportarse de una forma determinada, sin que exista un incentivo externo que motive tal conducta”(Ryan y Deci 2000, p.5).

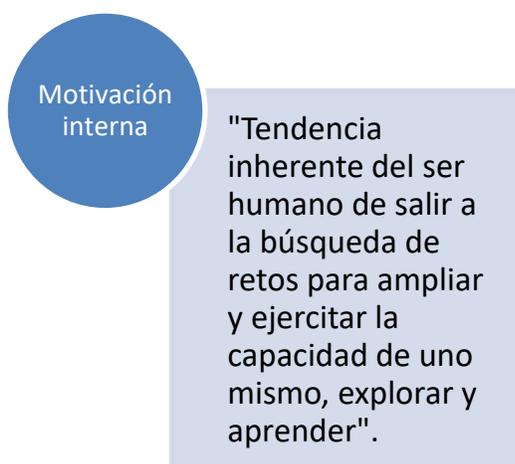


Figura 5 Motivación interna

Fuente: Elaboración propia con base en el concepto de Ryan y Deci 2000

El concepto de motivación interna está ligada a la Psicología del Desarrollo, desde esa perspectiva Oudeyer, Kaplan y Hafner, (2007), afirman: “que las actividades exploratorias, propias del tipo de motivación del que estamos hablando, son cruciales en el desarrollo del niño. Y es que, tal y como han demostrado diversas investigaciones, la motivación interna está muy relacionada con el progreso cognitivo y social”. Por lo que en la motivación interna, la persona encuentra satisfacción dentro de sí misma, por recompensas no solo financieras.

Indagación de la motivación interna en Cambridge University

Según el artículo de la conducta humana publicada en 2013 por Cambridge University, la motivación interna alude a la motivación que proviene del interior de una persona, originándose a partir de la satisfacción que en este caso el colaborador o trabajador obtiene de la tarea en sí o de la percepción de satisfacción que sigue al acto de realizar una actividad o que se alcanza durante el trabajo en una tarea. Un colaborador motivado y comprometido se dedicará a una función o

tarea porque le resultará agradable o por el desafío que supone, nunca por la consecuencia de una recompensa, un premio o un ascenso. Esto no quiere decir, que quienes requieren de ciertos niveles de motivación en su centro laboral no busquen recompensas, sino que éstas no son suficientes para mantenerles motivados. Por lo tanto, la motivación interna se alimenta de las siguientes necesidades:

- Competencia: triunfar en lo que haces.
- Vínculos: conectar con los demás.
- Autonomía: estar en control de la propia vida.

Motivación interna en el entorno laboral

La autonomía individual es una de las principales fuentes de motivación interna en el entorno laboral. De ella se parte para comprometerse con un propósito significativo:

- Elegir la mejor manera de cumplir ese fin.
- Asegurarse de que se están realizando las actividades correctas que llevan a la consecución de objetivos de manera competente.
- Tener claro de que se continúa creciendo, sin perder alineación con las metas marcadas.

Estos mecanismos dan la clave para conocer las cuatro facetas más importantes de la motivación interna en el mundo de la empresa:

- Significado: Consiste en visualizar, comprender e identificarse con el fin a lograr; entendiendo la importancia de los efectos que se busca producir. La motivación proviene del sentimiento que surge al tener la oportunidad de lograr algo que crea verdadero valor,

algo que importa en términos globales y no sólo individuales. De esa sensación surge el sentido de propósito y dirección, que hace que se reconozca que el esfuerzo, tiempo y energía a invertir valen la pena por el camino a recorrer y la satisfacción a alcanzar.

- Elección: Esta faceta de la motivación interna está relacionada con la potestad de elegir cómo llevar a cabo el trabajo y utilizar el mejor juicio para seleccionar aquellas actividades laborales que tienen más sentido, llevándolas a cabo de la forma más apropiada posible con criterio personal.
- Competencia: Se relaciona con la calidad del trabajo. Es el sentimiento de confirmación de que se está organizando bien el trabajo, todo se ejecuta de forma correcta y en las condiciones que se esperan, o superiores a ellas. Al alcanzar este punto, automáticamente se produce una sensación de satisfacción y de orgullo.
- Progreso: Es la culminación de la motivación interna y se produce cuando se empiezan a ver los resultados del esfuerzo. Se aprecia que todo funciona como se esperó, como se ha planeado, como se ha elegido y que el trabajo se mueve en la dirección correcta. (OBS Business School- Universitat de Barcelona, 2016)

Motivación externa

Según Ryan y Deci (1999) “la motivación externa se refiere a las actividades o tareas que se realizan y obtener una recompensa exterior” (p.3). Esto puede darse de forma autónoma o no autónoma, según la capacidad de elección que tenga de las personas.

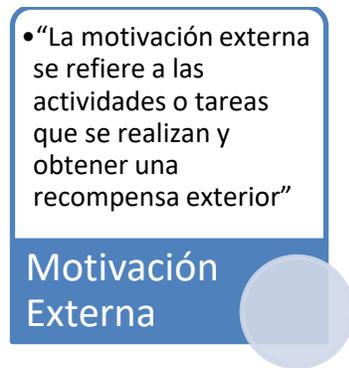


Figura 6 Motivación Externa

Fuente: Elaboración propia con base en el concepto de Ryan y Deci 2000

Tipos de motivación externa

- Comportamiento regulado externamente: Es la forma menos autónoma de motivación externa.
- Regulación introyectada: En este caso la causa que origina el comportamiento es externa, pero el individuo a la hora de realizar la actividad tiene como objetivo aumentar su autoestima, reducir su sentimiento de culpa o de preocupación.
- Regulación a través de la identificación: En este tipo de conductas, el individuo analiza previamente los objetivos o recompensas que le son impuestos externamente y entiende que son importantes para él.
- Regulación Integrada: Es la forma más autónoma de motivación externa. En este tipo de regulación, la persona asume en su conducta los incentivos externos como si fueran propios.

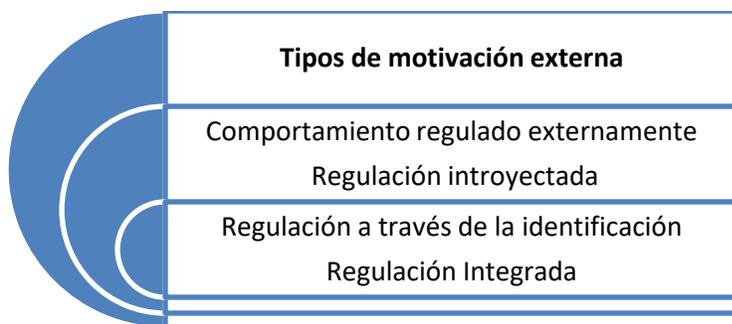


Figura 7 Tipos de motivación externa

Fuente: Elaboración propia con base en el concepto de Ryan y Deci 2000

La motivación externa según Robbins y Judgee Ivancevich

Son aquellas actividades en las cuales los motivos que impulsan la acción son ajenos a la misma, es decir, están determinados por las contingencias externas es recibir un salario competitivo dentro de una industria dada, trabajar en un ambiente con condiciones físicas agradables (Robbins y Judge, 2009, p.79).

Para Iváncevich(2006) las recompensas organizacionales se pueden clasificar en externa e interna. Las recompensas externas son salarios y sueldos, prestaciones, ascensos y recompensas interpersonales. Las recompensas internas abarcan una sensación de realización, logro, autonomía y crecimiento personal (Luthans, 2008). El salario representa la principal forma de compensación organizacional, es una contraprestación por el trabajo de una persona en la organización

Equidad como principio de la compensación directa y motivación externa

En las compensaciones salariales es muy importante tener en cuenta el término equidad de pago ya que será la base de realizar un análisis de valuación de puestos en la empresa. La teoría de equidad, también llamada justicia distributiva, es una teoría de la motivación que explica cómo responden las personas a las situaciones en las cuales sienten que han recibido menos (o más) de lo que merecen. Lo más importante de la teoría es que las personas hacen comparaciones con gente dentro y fuera de la organización y que estas comparaciones influyen en su motivación. (Snell y Bohlander, 2013, p. 399 - 400) lo que conlleva a determinar tipos de equidad de pago, como equidad externa, donde las personas en puestos similares se comparan con otras personas que están haciendo lo mismo en diferentes organizaciones. La equidad interna, cuando la gente se compara con sus compañeros en diferentes puestos de trabajo en la misma organización y equidad individual, cuando la gente se compara a otros con el mismo puesto en su organización.

2.5 *El desempeño*

Existe una gran cantidad de criterios que podrían medirse al estimar el desempeño. Las capacidades, habilidades, necesidades y cualidades son características individuales que interactúan con la naturaleza del trabajo y de la organización para producir comportamientos, los cuales, a su vez, afectan los resultados. Como ejemplos de criterios para medir el desempeño de los empleados tenemos: cantidad de trabajo, calidad de trabajo, cooperación, responsabilidad, conocimiento del trabajo, asistencia, necesidad de supervisión, etc. El desempeño refleja principalmente los objetivos de la eficiencia, esto es, alcanzar las metas al tiempo que se utilizan los recursos eficientemente.

Los autores Gibson et al. (2001) definen el desempeño laboral como el resultado de cargos que se relacionan con los propósitos de la organización, tales como calidad, eficiencia y otros criterios de efectividad.

Según Chiavenato (2006) define el desempeño, cómo las acciones o comportamientos observados en los empleados que son relevantes el logro de los objetivos de la organización. En efecto, afirma que un buen desempeño laboral es la fortaleza más relevante con la que cuenta una organización.

Los autores Milkovich y Boudreau (1994) definen desempeño como el grado en el cual el empleado cumple con los requisitos de trabajo. Lo que nos lleva a pensar que el desempeño son aquellas acciones o comportamientos observados en los empleados que son relevantes para los objetivos de la organización

El Desempeño requiere de la evaluación que según Mondy y Noe (2005), es un sistema formal de revisión y evaluación del desempeño laboral individual o de equipos. Aunque la evaluación del desempeño de equipos es fundamental cuando éstos existen en una organización, el enfoque de la ED en la mayoría de las empresas se centra en el empleado individual.

Desempeño, satisfacción e involucramiento en el trabajo

Robbins (2009) expresa que la satisfacción en el trabajo se define como una sensación positiva sobre el trabajo propio, que surge de la evaluación de sus características. Una persona con alta satisfacción en el trabajo tiene sentimientos positivos acerca de éste, en tanto que otra insatisfecha los tiene negativos. (p.79), esto conlleva al involucramiento en el trabajo aunque se ha estudiado mucho menos que la satisfacción en el trabajo. Éste mide el grado en que una persona se identifica psicológicamente con su empleo y considera el nivel de su desempeño percibido como benéfico

para ella. Los empleados con un nivel alto de involucramiento en el trabajo se identifican con la clase de labor que realizan y realmente les importa. Un concepto que se relaciona de cerca con el anterior concepto es el de otorgar facultad de decisión en forma psicológica (Robbins, 2009, p.79).

Ambos asuntos pueden permitir el compromiso organizacional el cual se define como el grado en que un empleado se identifica con una organización en particular y las metas de ésta, y desea mantener su relación con ella. Es bueno distinguir que el involucramiento en el trabajo significa identificarse con un trabajo específico, en tanto que el compromiso organizacional es la identificación del individuo con la organización que lo emplea (Robbins, 2009, p.79).

3.- Definición de términos básicos

- **Desempeño.-** cumplir una obligación, realizar una actividad, dedicarse a una tarea.
- **Evaluación del desempeño.-** Es el acto y la consecuencia de desempeñar: cumplir una obligación, realizar una actividad, dedicarse a una tarea.
- **Motivación.-** la motivación es el proceso que involucra la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo de un individuo hacia el logro de un objetivo. Por ello, se menciona que a la motivación se concibe también como el resultado de la interacción de las personas en contextos distintos. (Robbins, 2009)
- **Motivación interna.-** La motivación interna es la que nos impulsa a hacer cosas por el simple gusto de hacerlas.

- **Motivación externa.-** La motivación externa se da cuando se trata de despertar el interés motivacional de la persona mediante recompensas externas, como por ejemplo dinero, ascensos
- **Recompensa.-** La recompensa suele ser un incentivo ofrecido para la realización de una determinada tarea
- **Satisfacción de necesidades.-** se refiere internamente a la interrelación entre el sistema cuerpo-mente de cada ser vivo y el ecosistema del que forma parte y que le provee los recursos para autor regularse y así conservar su integridad e identidad como organismo.

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

1.- Hipótesis y/o Supuestos básicos

Hipótesis principal

La motivación se relaciona con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima

Hipótesis secundarias

- La motivación externa se relaciona con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima
- La motivación interna se relaciona con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima

2.- Variables o Unidades de análisis

Variable Independiente

Motivación

Se establece como variable la Motivación que viene hacer el proceso que involucra la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo de un individuo hacia el logro de un objetivo. Por ello, se menciona que a la motivación se concibe también como el resultado de la interacción de las personas en contextos distintos. (Robinson, 2009)

- Las sub variable Motivación interno, permite entender el impulso a hacer cosas por el simple gusto de hacerlas y la sub variable Motivación externa se refiere al interés motivacional de la persona mediante recompensas externas, como por ejemplo dinero, ascensos.

Variable dependiente

Desempeño

Se refiere a cumplir una obligación, realizar una actividad, dedicarse a una tarea y lo que Gibson dice (2001) “el desempeño laboral como el resultado de cargos que se relacionan con los propósitos de la organización, tales como calidad, eficiencia y otros criterios de efectividad”

3.- Matriz lógica de consistencia

FORMULACIÓN DE PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
<p>Problema principal ¿De qué manera la motivación se relaciona con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima?</p>	<p>Objetivos principales determinar de qué manera la motivación se relaciona con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima</p>	<p>Hipótesis principal La motivación se relaciona con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima</p>	<p>V.I Motivación La motivación es el proceso que involucra la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo de un individuo hacia el logro de un objetivo. Por ello, se menciona que a la motivación se concibe también como el resultado de la interacción de las personas en contextos distintos. (Robins, 2009)</p>	<p>Impulso</p> <p>Estímulo externo</p> <p>Estímulo interno</p> <p>Necesidades</p> <p>Comportamiento</p>	<p>Número de incentivos</p> <p>Volumen de ventas</p> <p>Nivel de estímulo</p> <p>Nivel de satisfacción</p>	<p>Los incentivos que otorga la empresa me motivan a tener una mejor actitud en el trabajo.</p> <p>Me siento seguro y estable en mi empleo lo que me permite vender más</p> <p>Me siento motivado para realizar adecuadamente mi trabajo en el área de ventas.</p> <p>La empresa me da prestaciones sociales adecuadas</p> <p>En general estoy satisfecho con mi puesto de trabajo.</p> <p>Estoy satisfecho con los beneficios</p>

						<p>de la empresa (seguro de salud, retiro, vacaciones). Mi trabajo es evaluado en forma justa.</p> <p>Me siento parte importante de esta organización</p> <p>Recibo un trato justo en mi trabajo</p> <p>El personal recibe felicitaciones por parte de la dirección o el jefe inmediato por un buen trabajo realizado.</p>
						<p>El tiempo es muy importante para cumplir con las metas de ventas.</p>
				Eficiencia	Cumplimiento de tiempos	
				Eficacia	Cumplimiento de logros	<p>Reconocen mis logros.</p> <p>Es efectivo mi desempeño en la empresa.</p>
			<p>V.D</p> <p>Desempeño de equipo de ventas</p> <p>Cumplir una obligación, realizar una actividad, dedicarse a una tarea.</p>			

Problemas secundarios	Objetivos específicos	Hipótesis secundarias	Sub variables			
¿Cómo la motivación externa se relaciona con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima?	¿Determinar cómo la motivación externa se relaciona con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima?	La motivación externa se relaciona con el desempeño o del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima	<p>Motivación externa</p> <p>La motivación externa se da cuando se trata de despertar el interés motivacional de la persona mediante recompensas externas, como por ejemplo dinero, ascensos</p>	Sueldo y salario	<p>Nivel remunerativo</p> <p>Nivel de incentivo financiero</p>	<p>Estoy satisfecho con la remuneración recibida</p> <p>La empresa brinda sueldos y salarios justos</p> <p>Existen bonificaciones y recompensas financieras diversas</p>
¿Cómo la motivación interna se relaciona con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima?	Determinar cómo la motivación interna se relaciona con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima?	La motivación interna se relaciona con el desempeño o del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima	<p>Motivación interna</p> <p>La motivación interna es la que nos impulsa a hacer cosas por el simple gusto de hacerlas.</p>	Recompensa	Nivel de Incentivo no financiero	<p>En la empresa valoran las competencias blandas para ejercer un cargo</p> <p>La empresa evalúa y toma en cuenta las competencias blandas para poder asignar un rango de sueldos y salarios</p> <p>Deseo otro empleo, en lugar del actual</p>

CAPÍTULO IV

MÉTODO

1.-Tipo y Método de investigación

El estudio es de tipo descriptivo correlacional El propósito del investigador es describir situaciones y eventos. Esto es, decir cómo es y se manifiesta determinado fenómeno y determinando el grado de relación o asociación existente entre dos o más variables. El método es cualitativo, lo que implica que la recolección, síntesis y análisis de datos, con el fin de lograr un enfoque más amplio y profundo del problema que está siendo objeto de estudio, buscando así la explicación y solución a la problemática encontrada.

2.- Diseño específico de investigación

La presente investigación es no experimental porque es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente las variables. Es decir, la investigación observa los fenómenos ocurridos tal y como se dan en su contexto natural sin sufrir alteraciones.

3.- Población, Muestra o participante

La población a investigar está compuesta por 320 asesores de ventas, 4 jefes y 15000 clientes se Da los siguientes resultados

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA:

$$n = \frac{4pqN}{e^2(N-1) + 4pq}$$

Para N = 15000

$$n = \frac{4(0.844)(0.156)(15000)}{0.05^2(14,999) + 4(0.844)(0.156)} = 209.73 = 210$$

Donde:

N=15000

p = 0.844

q = 0.156

e = 0.05 Margen de error

Para N = 320

$$n = \frac{4 * 0.5 * 0.5 * 320}{(0.05 * 0.05) * (320 - 1) + 4 * 0.5 * 0.5} = \frac{320}{1.79} = 178.025 = 178$$

Donde:

p = 0.5 la probabilidad de que pertenezca al grupo A de 1500 personas

q = 0.5 la probabilidad de que pertenezca al grupo B de 2500 personas

e² = 0.05*0.05 Margen de error

NIVEL	Q	N	H
CLIENTE	15000	390	

JEFES	4		
ASESORES	320	178	

Donde:

N: Tamaño de la población.

p: Probabilidad pertinente frente al hecho a investigar.

q: Probabilidad no pertinente frente al hecho a investigar.

e: Margen de error (para el estudio se consideró el 95%).

Muestreo:

Muestreo probabilístico – Aleatorio simple.

Se aplicará una estrategia de muestreo simple, de esta manera cada miembro de la población tiene la probabilidad de ser seleccionado como parte de la muestra.

4.- Instrumentos de recogida de datos

Para el desarrollo de la investigación y la obtención de datos se utilizará un cuestionario de 20 preguntas basadas en la escala Likert, distribuidas por los indicadores de cada variable a investigar. Esta actividad permite la recolección de datos que debe representar la veracidad de las variables investigadas, teniendo en cuenta la confiabilidad, validez y objetividad.

5.- Técnicas de procesamiento y análisis de datos

El tipo de software que utilizaremos para recolectar los datos es el sistema estadístico SPSS, este sistema nos ayudará a corroborar el grado de información pertinente.

6.- Procedimiento para la ejecución del estudio

Se procederá a elegir a los sujetos informantes, se aplicará la encuesta a 143 personas al azar, antes de comenzar se les informará del estudio de campo indicándoles que será una encuesta anónima y que deben ser totalmente sinceros en sus respuestas, posteriormente se sistematizará la información apoyado con una base de datos en SPSS y con los resultados obtenidos se realizará un análisis para llegar a las conclusiones y recomendaciones correspondientes del estudio.

CAPÍTULO V

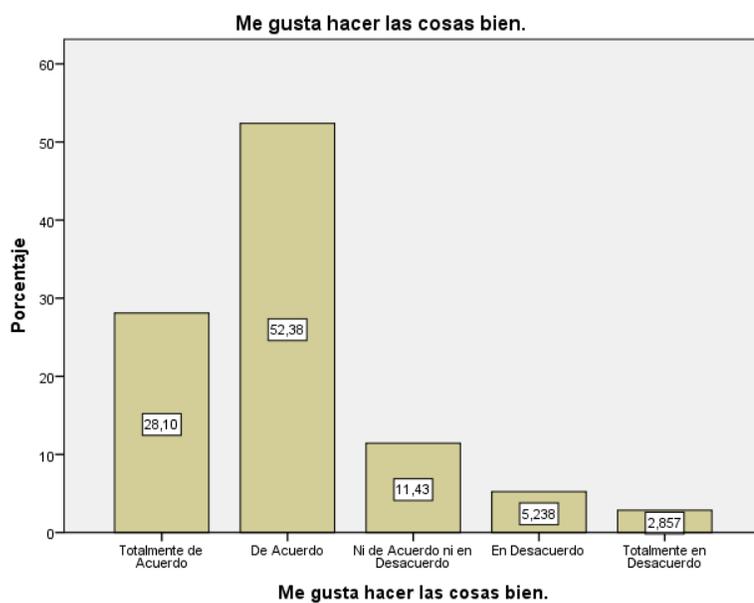
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

1. Datos cuantitativos

Tabla 01

Me gusta hacer las cosas bien.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Totalmente de Acuerdo	59	28,1	28,1	28,1
De Acuerdo	110	52,4	52,4	80,5
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	24	11,4	11,4	91,9
En Desacuerdo	11	5,2	5,2	97,1
Totalmente en Desacuerdo	6	2,9	2,9	100,0
Total	210	100,0	100,0	



Como podemos observar, este cuadro nos indica que los colaboradores están **totalmente de acuerdo al 28. % y de acuerdo al 52.3%** que gustan de hacer las cosas bien, estando en

una posición neutral con respecto a esta pregunta el **11.43%**. Mientras que el **5%** está en **desacuerdo** y **totalmente en desacuerdo** el **3%**.

Tabla 2

Sé que puedo dar más de lo que me piden.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Totalmente de Acuerdo	74	35,2	35,2	35,2
De Acuerdo	94	44,8	44,8	80,0
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	22	10,5	10,5	90,5
En Desacuerdo	10	4,8	4,8	95,2
Totalmente en Desacuerdo	10	4,8	4,8	100,0
Total	210	100,0	100,0	



Como podemos observar, este cuadro nos indica que los colaboradores están **totalmente de acuerdo al 35 %** y **de acuerdo al 44.7%**, estando en una posición neutral con respecto a esta pregunta el **10.4%**. Mientras que el **4.7%** está **en desacuerdo y totalmente en desacuerdo**.

Tabla 3

Me gusta y cumplo con las metas de ventas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Totalmente de Acuerdo	92	43,8	43,8	43,8
De Acuerdo	79	37,6	37,6	81,4
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	29	13,8	13,8	95,2
En Desacuerdo	5	2,4	2,4	97,6
Totalmente en Desacuerdo	5	2,4	2,4	100,0
Total	210	100,0	100,0	

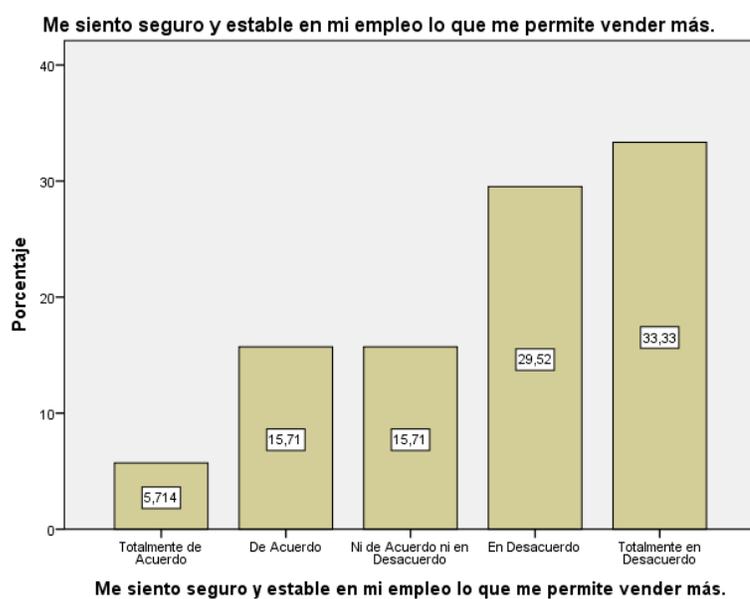


Como podemos observar, este cuadro nos indica que los colaboradores están **totalmente de acuerdo al 43.6%** y **de acuerdo al 37.62%** que gustan de hacer las cosas bien, estando en una posición neutral con respecto a esta pregunta el **13.8%**. Mientras que el **2%** está **en desacuerdo y totalmente en desacuerdo**.

Tabla 04

Me siento seguro y estable en mi empleo lo que me permite vender más.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Totalmente de Acuerdo	12	5,7	5,7	5,7
De Acuerdo	33	15,7	15,7	21,4
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	33	15,7	15,7	37,1
En Desacuerdo	62	29,5	29,5	66,7
Totalmente en Desacuerdo	70	33,3	33,3	100,0
Total	210	100,0	100,0	



Como podemos observar, este cuadro nos indica que los colaboradores están **totalmente de acuerdo al 5.7%** y **de acuerdo al 15.7%** que se sienten seguros y estables en el empleo para poder vender más, estando en una posición neutral con respecto a esta pregunta el **15.7%**. Mientras que el **29.5%** está **en desacuerdo** y **totalmente en desacuerdo** el **33.3%**.

Tabla 05

Me siento motivado con mi trabajo en el área de ventas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Totalmente de Acuerdo	8	3,8	3,8	3,8
De Acuerdo	27	12,9	12,9	16,7
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	50	23,8	23,8	40,5
En Desacuerdo	59	28,1	28,1	68,6
Totalmente en Desacuerdo	66	31,4	31,4	100,0
Total	210	100,0	100,0	

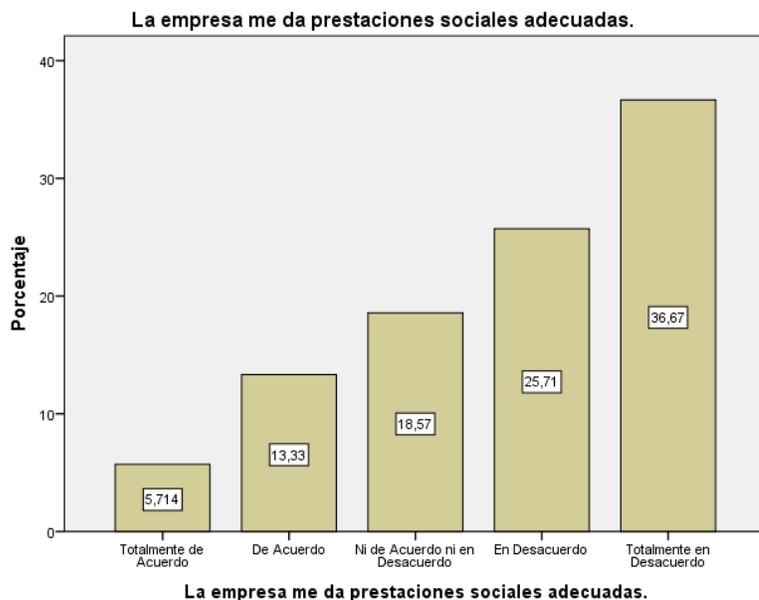


Como podemos observar, este cuadro nos indica que los colaboradores están **totalmente de acuerdo** al **3.8%** y **de acuerdo** al **12.9%** que se sienten motivados con su trabajo en el área de ventas, estando en una posición neutral con respecto a esta pregunta el **23.8%**. Mientras que el **28.1%** está en **desacuerdo** y **totalmente en desacuerdo** el **31.4%**.

Tabla 06

La empresa me da prestaciones sociales adecuadas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de Acuerdo	12	5,7	5,7	5,7
	De Acuerdo	28	13,3	13,3	19,0
	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	39	18,6	18,6	37,6
	En Desacuerdo	54	25,7	25,7	63,3
	Totalmente en Desacuerdo	77	36,7	36,7	100,0
	Total	210	100,0	100,0	

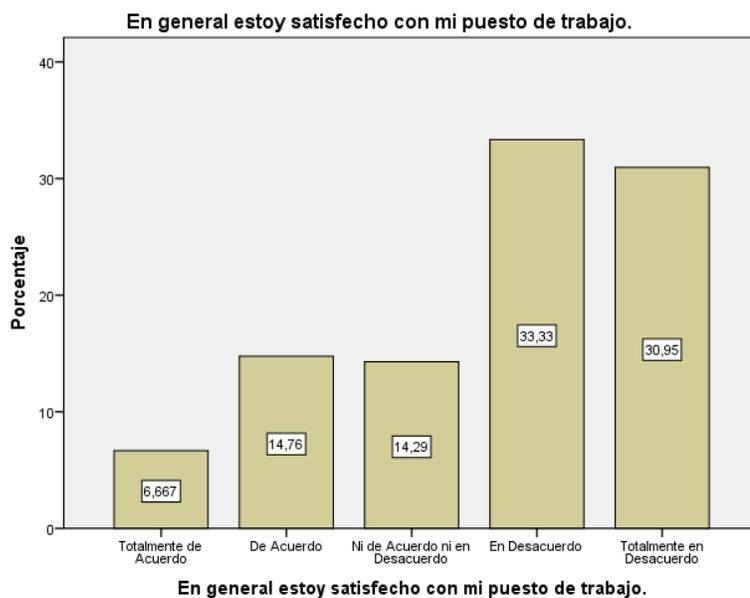


Como podemos observar, este cuadro nos indica que los colaboradores están **totalmente de acuerdo** al **5.7%** y **de acuerdo** al **13.3%** que la empresa les da las prestaciones sociales adecuadas, estando en una posición neutral con respecto a esta pregunta el **18.6%**. Mientras que el **25.7%** está **en desacuerdo** y **totalmente en desacuerdo** el **36.7%**.

Tabla 07

En general estoy satisfecho con mi puesto de trabajo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de Acuerdo	14	6,7	6,7	6,7
	De Acuerdo	31	14,8	14,8	21,4
	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	30	14,3	14,3	35,7
	En Desacuerdo	70	33,3	33,3	69,0
	Totalmente en Desacuerdo	65	31,0	31,0	100,0
	Total	210	100,0	100,0	



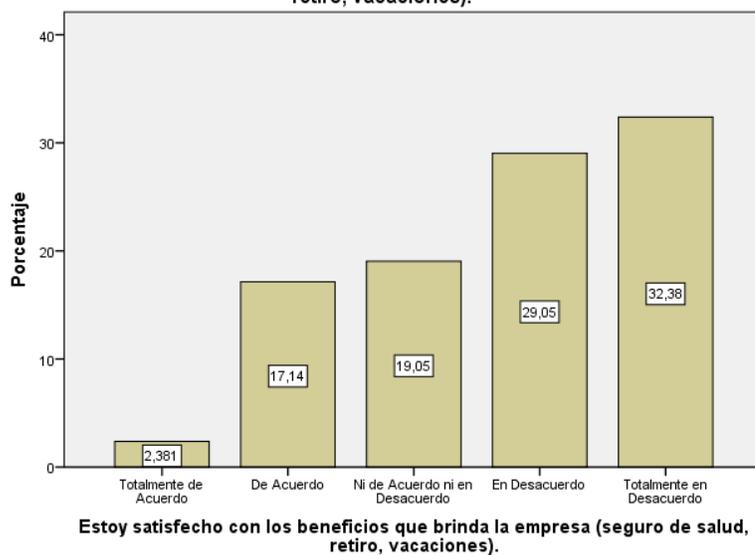
Como podemos observar, este cuadro nos indica que los colaboradores están **totalmente de acuerdo al 6.7%** y **de acuerdo al 14.8%** que están satisfechos con su puesto de trabajo, estando en una posición neutral con respecto a esta pregunta el **14.3%**. Mientras que el **33.3%** está **en desacuerdo** y **totalmente en desacuerdo el 31.0%**.

Tabla 08

Estoy satisfecho con los beneficios que brinda la empresa (seguro de salud, retiro, vacaciones).

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Totalmente de Acuerdo	5	2,4	2,4	2,4
De Acuerdo	36	17,1	17,1	19,5
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	40	19,0	19,0	38,6
En Desacuerdo	61	29,0	29,0	67,6
Totalmente en Desacuerdo	68	32,4	32,4	100,0
Total	210	100,0	100,0	

Estoy satisfecho con los beneficios que brinda la empresa (seguro de salud, retiro, vacaciones).

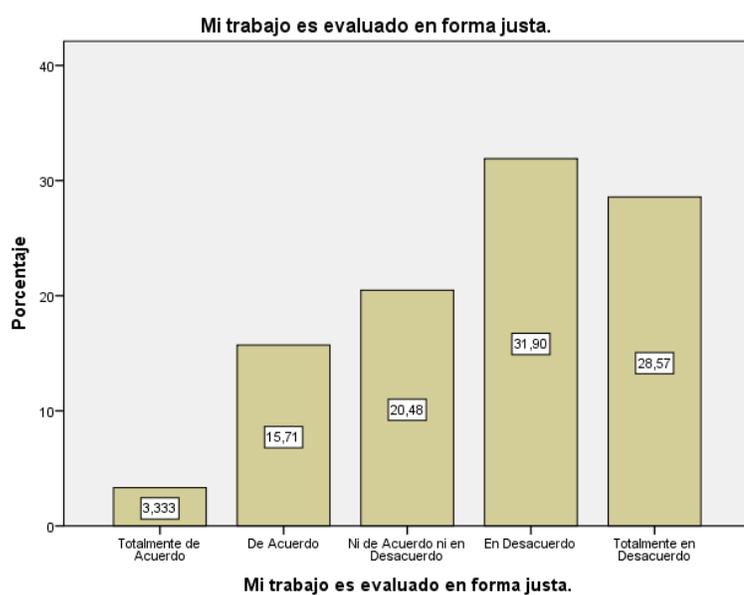


Como podemos observar, este cuadro nos indica que los colaboradores están **totalmente de acuerdo al 2.4%** y **de acuerdo al 17.1%** que están satisfechos con los beneficios que brinda la empresa, estando en una posición neutral con respecto a esta pregunta el **19.0%**. Mientras que el **29.0%** está en **desacuerdo** y **totalmente en desacuerdo el 32.4%**.

Tabla 09

Mi trabajo es evaluado en forma justa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Totalmente de Acuerdo	7	3,3	3,3	3,3
De Acuerdo	33	15,7	15,7	19,0
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	43	20,5	20,5	39,5
En Desacuerdo	67	31,9	31,9	71,4
Totalmente en Desacuerdo	60	28,6	28,6	100,0
Total	210	100,0	100,0	



Como podemos observar, este cuadro nos indica que los colaboradores están **totalmente de acuerdo al 3.3%** y **de acuerdo al 15.7%** que su trabajo es evaluado en forma justa, estando en una posición neutral con respecto a esta pregunta el **20.5%**. Mientras que el **31.9%** está **en desacuerdo y totalmente en desacuerdo el 28.6%**.

Tabla 10

Me siento parte importante de esta organización.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Totalmente de Acuerdo	11	5,2	5,2	5,2
De Acuerdo	39	18,6	18,6	23,8
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	30	14,3	14,3	38,1
En Desacuerdo	60	28,6	28,6	66,7
Totalmente en Desacuerdo	70	33,3	33,3	100,0
Total	210	100,0	100,0	



Como podemos observar, este cuadro nos indica que los colaboradores están **totalmente de acuerdo al 5.2%** y **de acuerdo al 18.6%** que se sienten parte importante de esta organización, estando en una posición neutral con respecto a esta pregunta el **14.3%**. Mientras que el **28.6%** está **en desacuerdo** y **totalmente en desacuerdo** el **33.3%**.

Tabla 11

Recibo un trato justo en mi trabajo.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Totalmente de Acuerdo	10	4,8	4,8	4,8
De Acuerdo	29	13,8	13,8	18,6
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	40	19,0	19,0	37,6
En Desacuerdo	65	31,0	31,0	68,6
Totalmente en Desacuerdo	66	31,4	31,4	100,0
Total	210	100,0	100,0	



Como podemos observar, este cuadro nos indica que los colaboradores están **totalmente de acuerdo al 4.8%** y **de acuerdo al 13.8%** que reciben un trato justo en el trabajo, estando en una posición neutral con respecto a esta pregunta el **19.0%**. Mientras que el **31.0%** está en **desacuerdo** y **totalmente en desacuerdo el 31.4%**.

Tabla 12

Recibo felicitaciones por un buen trabajo realizado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Totalmente de Acuerdo	4	1,9	1,9	1,9
De Acuerdo	40	19,0	19,0	21,0
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	37	17,6	17,6	38,6
En Desacuerdo	54	25,7	25,7	64,3
Totalmente en Desacuerdo	75	35,7	35,7	100,0
Total	210	100,0	100,0	



Como podemos observar, este cuadro nos indica que los colaboradores están **totalmente de acuerdo al 1.9%** y **de acuerdo al 19.0%** que reciben felicitaciones por el buen trabajo realizado, estando en una posición neutral con respecto a esta pregunta el **17.6%**. Mientras que el **25.7%** está en **desacuerdo** y **totalmente en desacuerdo** el **35.7%**.

Tabla 13

En esta organización se cumple a tiempo las metas de ventas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Totalmente de Acuerdo	8	3,8	3,8	3,8
De Acuerdo	25	11,9	11,9	15,7
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	47	22,4	22,4	38,1
En Desacuerdo	46	21,9	21,9	60,0
Totalmente en Desacuerdo	84	40,0	40,0	100,0
Total	210	100,0	100,0	

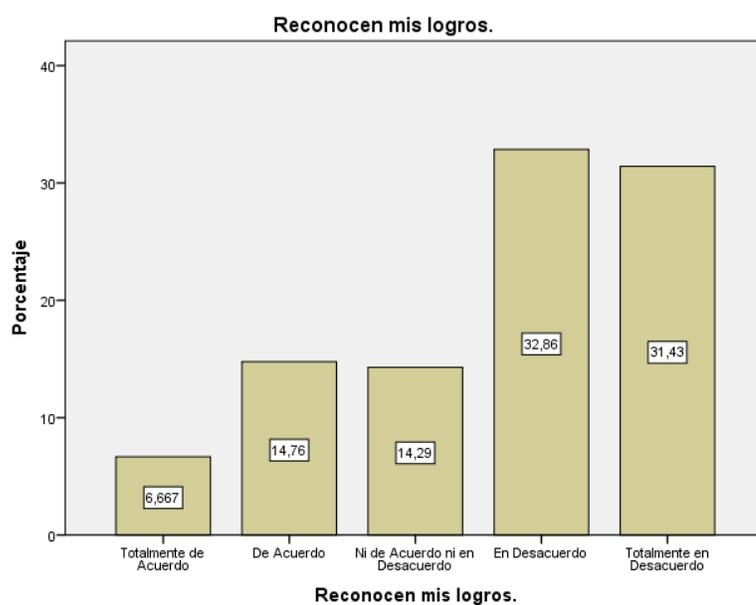


Como podemos observar, este cuadro nos indica que los colaboradores están **totalmente de acuerdo al 3.8%** y **de acuerdo al 11.9%** que en la organización se cumplen a tiempo las metas de ventas, estando en una posición neutral con respecto a esta pregunta el **22.4%**. Mientras que el **21.9%** está **en desacuerdo** y **totalmente en desacuerdo** el **40.0%**.

Tabla 14

Reconocen mis logros.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Totalmente de Acuerdo	14	6,7	6,7	6,7
De Acuerdo	31	14,8	14,8	21,4
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	30	14,3	14,3	35,7
En Desacuerdo	69	32,9	32,9	68,6
Totalmente en Desacuerdo	66	31,4	31,4	100,0
Total	210	100,0	100,0	

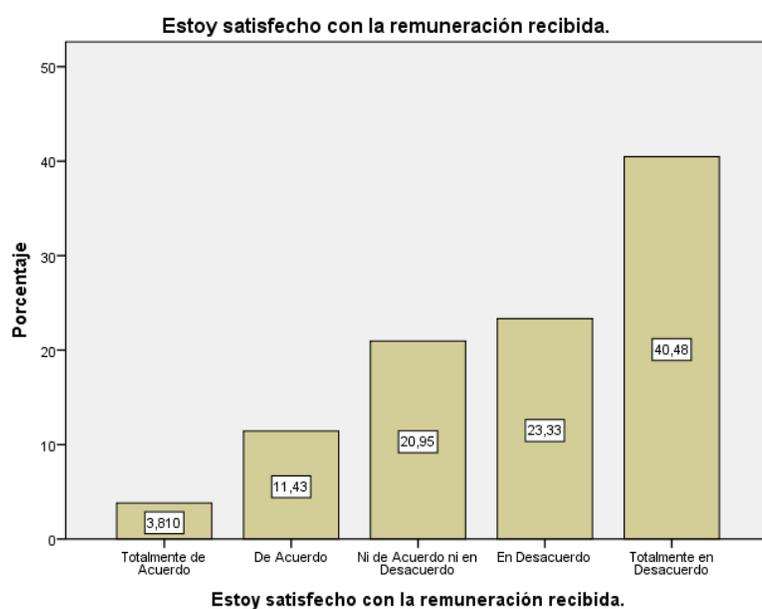


Como podemos observar, este cuadro nos indica que los colaboradores están **totalmente de acuerdo al 6.7%** y **de acuerdo al 14.8%** que se reconocen los logros, estando en una posición neutral con respecto a esta pregunta el **14.3%**. Mientras que el **32.9%** está **en desacuerdo** y **totalmente en desacuerdo el 31.4%**.

Tabla 15

Estoy satisfecho con la remuneración recibida.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Totalmente de Acuerdo	8	3,8	3,8	3,8
De Acuerdo	24	11,4	11,4	15,2
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	44	21,0	21,0	36,2
En Desacuerdo	49	23,3	23,3	59,5
Totalmente en Desacuerdo	85	40,5	40,5	100,0
Total	210	100,0	100,0	



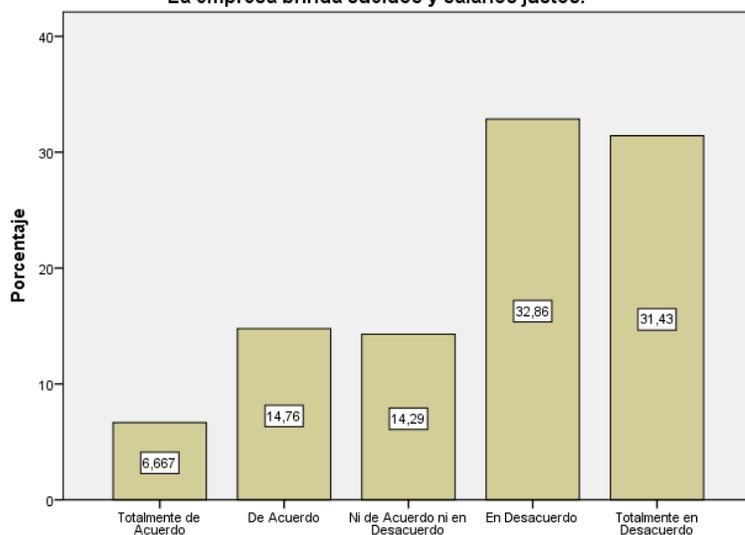
Como podemos observar, este cuadro nos indica que los colaboradores están **totalmente de acuerdo al 3.8%** y **de acuerdo al 11.4%** que están satisfechos con la remuneración recibida, estando en una posición neutral con respecto a esta pregunta el **21.0%**. Mientras que el **23.3%** está **en desacuerdo** y **totalmente en desacuerdo** el **40.5%**.

Tabla 16

La empresa brinda sueldos y salarios justos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Totalmente de Acuerdo	14	6,7	6,7	6,7
De Acuerdo	31	14,8	14,8	21,4
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	30	14,3	14,3	35,7
En Desacuerdo	69	32,9	32,9	68,6
Totalmente en Desacuerdo	66	31,4	31,4	100,0
Total	210	100,0	100,0	

La empresa brinda sueldos y salarios justos.



La empresa brinda sueldos y salarios justos.

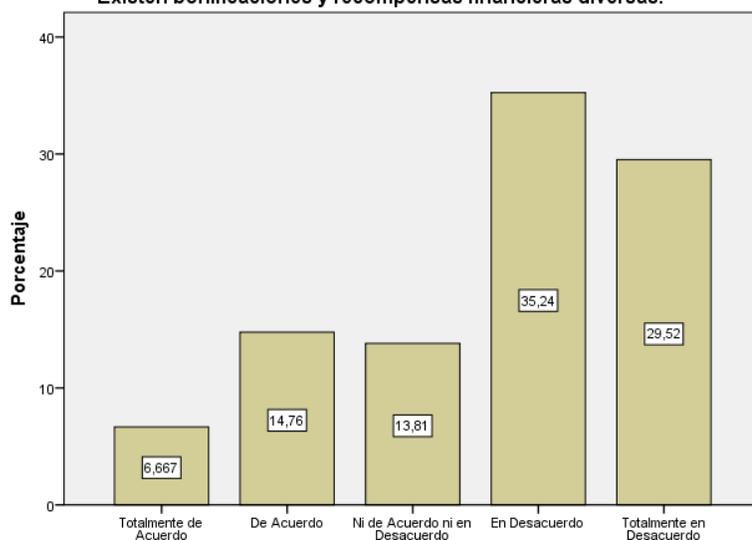
Como podemos observar, este cuadro nos indica que los colaboradores están **totalmente de acuerdo al 6.7%** y **de acuerdo al 14.8%** que la empresa brinda sueldos y salarios justos, estando en una posición neutral con respecto a esta pregunta el **14.3%**. Mientras que el **32.9%** está en desacuerdo y **totalmente en desacuerdo el 31.4%**.

Tabla 17

Existen bonificaciones y recompensas financieras diversas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Totalmente de Acuerdo	14	6,7	6,7	6,7
De Acuerdo	31	14,8	14,8	21,4
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	29	13,8	13,8	35,2
En Desacuerdo	74	35,2	35,2	70,5
Totalmente en Desacuerdo	62	29,5	29,5	100,0
Total	210	100,0	100,0	

Existen bonificaciones y recompensas financieras diversas.



Existen bonificaciones y recompensas financieras diversas.

Como podemos observar, este cuadro nos indica que los colaboradores están **totalmente de acuerdo solo el 6.7% y de acuerdo al 14.8%** que existen bonificaciones y recompensas financieras diversas, estando en una posición neutral con respecto a esta pregunta el **13.8%**. Mientras que el **35.2% está en desacuerdo y totalmente en desacuerdo el 29.5%**.

Tabla 18

Me gusta ayudar a mis compañeros.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Totalmente de Acuerdo	95	45,2	45,2	45,2
De Acuerdo	81	38,6	38,6	83,8
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	30	14,3	14,3	98,1
En Desacuerdo	2	1,0	1,0	99,0
Totalmente en Desacuerdo	2	1,0	1,0	100,0
Total	210	100,0	100,0	



Como podemos observar, este cuadro nos indica que en promedio el 41.91% de los encuestados les gusta ayudar a sus compañeros, estando en una posición neutral el 14.29%. Mientras que en promedio el 1.00% manifiestan que no les gusta ayudar a sus compañeros.

Tabla 19

Me gusta participar en las actividades organizadas por la institución.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Totalmente de Acuerdo	14	6,7	6,7	6,7
De Acuerdo	31	14,8	14,8	21,4
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	30	14,3	14,3	35,7
En Desacuerdo	70	33,3	33,3	69,0
Totalmente en Desacuerdo	65	31,0	31,0	100,0
Total	210	100,0	100,0	



Como podemos observar, este cuadro nos indica que los colaboradores están **totalmente de acuerdo al 6.7%** y **de acuerdo al 14.8%** que les gusta les gusta participar en las actividades organizadas por la institución, estando en una posición neutral con respecto a esta pregunta el **14.3%**. Mientras que el **33.3%** está **en desacuerdo y totalmente en desacuerdo el 31.0%**.

Tabla 20

Hago con gusto cosas más allá de mis funciones.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de Acuerdo	5	2,4	2,4	2,4
	De Acuerdo	36	17,1	17,1	19,5
	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	40	19,0	19,0	38,6
	En Desacuerdo	60	28,6	28,6	67,1
	Totalmente en Desacuerdo	69	32,9	32,9	100,0
	Total	210	100,0	100,0	



Como podemos observar, este cuadro nos indica que los colaboradores están **totalmente de acuerdo al 2.4%** y **de acuerdo al 17.1%** que hacen con gusto cosas más allá de sus funciones, estando en una posición neutral con respecto a esta pregunta el **19.0%**. Mientras que el **28.6%** está **en desacuerdo** y **totalmente en desacuerdo** el **32.9%**.

2. Análisis de Resultados

Prueba de hipótesis

Hipótesis general

VARIABLE INDEPENDIENTE VS. VARIABLE DEPENDIENTE

Tabla de contingencia Variable Independiente: Motivación * Variable Dependiente: Desempeño del Equipo de Ventas

Recuento		Variable Dependiente: Desempeño del Equipo de Ventas					Total
		Totalmente de Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	En Desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo	
Variable Independiente: Motivación	Totalmente de Acuerdo	21	19	4	6	0	50
	De Acuerdo	23	26	20	8	2	79
	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	14	21	20	12	1	68
	En Desacuerdo	0	4	5	2	0	11
	Totalmente en Desacuerdo	0	2	0	0	0	2
Total		58	72	49	28	3	210

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	24,304 ^a	16	,083
Razón de verosimilitudes	29,223	16	,022
Asociación lineal por lineal	10,181	1	,001
N de casos válidos	210		

a. 13 casillas (52,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,03.

El resultado de 0.083 es superior al 0.05, lo cual indica que no existe relación entre las variables.

HIPÓTESIS SECUNDARIA 01: MOTIVACIÓN EXTERNA VS. DESEMPEÑO DEL EQUIPO DE VENDEDORES

Tabla de contingencia Dimensión 02: Estimulo Externo * Variable Dependiente: Desempeño del Equipo de Ventas

Recuento		Variable Dependiente: Desempeño del Equipo de Ventas					Total
		Totalmente de Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	En Desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo	
Dimensión 02: Estimulo Externo	Totalmente de Acuerdo	42	45	21	2	1	111
	De Acuerdo	18	16	12	5	2	53
	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	3	11	6	4	0	24
	En Desacuerdo	3	4	7	1	1	16
	Totalmente en Desacuerdo	1	3	2	0	0	6
Total		67	79	48	12	4	210

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	25,322 ^a	16	,064
Razón de verosimilitudes	25,196	16	,066
Asociación lineal por lineal	10,300	1	,001
N de casos válidos	210		

a. 13 casillas (52,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,11.

El resultado de 0.064 es superior al 0.05, lo cual indica que no existe relación entre las variables.

HIPÓTESIS SECUNDARIA 02: MOTIVACIÓN INTERNA VS. DESEMPEÑO DEL EQUIPO DE VENDEDORES

Tabla de contingencia Dimensión 03: Estímulo Interno * Variable Dependiente: Desempeño del Equipo de Ventas

Recuento

		Variable Dependiente: Desempeño del Equipo de Ventas					Total
		Totalmente de Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	En Desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo	
Dimensión 03: Estímulo Interno	Totalmente de Acuerdo	23	31	21	4	0	79
	De Acuerdo	32	37	21	6	3	99
	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	8	5	2	1	1	17
	En Desacuerdo	4	4	2	0	0	10
	Totalmente en Desacuerdo	0	2	2	1	0	5
Total		67	79	48	12	4	210

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,095 ^a	16	,737
Razón de verosimilitudes	14,653	16	,550
Asociación lineal por lineal	,060	1	,806
N de casos válidos	210		

a. 16 casillas (64,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,10.

El resultado de 0.737 es superior al 0.05, lo cual indica que no existe relación entre las variables.

3. Discusión de resultados

La motivación se establece como la variable independiente que viene hacer el proceso que involucra la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo de un individuo hacia el logro de un objetivo. Por ello, se menciona que a la motivación se concibe también como el resultado de la interacción de las personas en contextos distintos. (Robins, 2009). De acuerdo al estudio el resultado de 0.083 es superior al 0.05, lo cual indica que no existe relación entre las variables. Por ello; preocupa, de acuerdo al estudio que la motivación no se relacione de manera significativa con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima, lo cual deriva que no existe un nivel adecuado de motivación y corroborando por lo que se observa en la tabla 20, que hacen con gusto las cosas más allá de sus funciones como podemos observar, este cuadro nos indica que los colaboradores están totalmente de acuerdo solo al 2.4% y de acuerdo al 17.1% , estando en una posición neutral con respecto a esta pregunta el 19.0%. Mientras que el 28.6% está en desacuerdo y totalmente en desacuerdo el 32.9%. En la tabla 14 se observa que los colaboradores solo están totalmente de acuerdo el 6.7% y de acuerdo el 14.8% en cuanto al reconocimiento de los logros, estando en una posición neutral con respecto a esta pregunta el 14.3%. Mientras que el 32.9% está en desacuerdo y totalmente en desacuerdo el 31.4%. En Tabla 15 se indica que los colaboradores solo están totalmente de acuerdo el 3.8% y de acuerdo al 11.4% en cuanto a la remuneración recibida, estando en una posición neutral con respecto a esta pregunta el 21.0%. Mientras que el 23.3% está en desacuerdo y totalmente en desacuerdo el 40.5%. En la Tabla 16 se indica que los colaboradores solo están totalmente de acuerdo en el 6.7% y de acuerdo al 14.8% en cuanto a sueldos y salarios justos,

estando en una posición neutral con respecto a esta pregunta el 14.3%. Mientras que el 32.9% está en desacuerdo y totalmente en desacuerdo el 31.4%. Tabla 17 expresa que los colaboradores están totalmente de acuerdo solo el 6.7% y de acuerdo al 14.8% que se refiere a bonificaciones y recompensas financieras diversas, estando en una posición neutral con respecto a esta pregunta el 13.8%. Mientras que el 35.2% está en desacuerdo y totalmente en desacuerdo el 29.5%.

Como vemos el porcentaje mayor en desacuerdo y totalmente en desacuerdo nos lleva a determinar que no existe un nivel de motivación significativa.

Para comprender este asunto nos referiremos a Chirito y Raymundo (2015) en su Tesis "*La motivación y su incidencia en el desempeño laboral del -banco Interbank, tiendas en huacho, periodo 2014*", determinaron la incidencia de la motivación en el desempeño laboral de los colaboradores de la entidad bancaria Interbank de la ciudad de Huacho donde se obtuvo como resultado que la motivación incide de manera positiva en el desempeño laboral de los colaboradores del Banco Interbank, lo que significa que en esta entidad financiera el ambiente laboral, políticas de la organización, salario, seguridad en el puesto y comunicación, conllevan a que los trabajadores se desempeñen de manera eficiente y eficaz, lo que conlleva a un mejor servicio al cliente. Lo que no se pudo establecer en el presente estudio, para Sum (2015) en su Tesis "*Motivación y desempeño laboral*". Se determinó que la motivación influye en el desempeño laboral de los colaboradores, por lo que el nivel de insatisfacción es significativo.

En cuanto a las hipótesis específicas el resultado de 0.064 es superior al 0.05, lo cual indica que no existe relación entre las variables, por lo que la motivación externa no se relaciona con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima, esto obedece que no existe políticas que permitan un nivel de motivación interna, para Ryan y Deci (2000), la motivación interna es la "tendencia inherente del ser humano de salir a la búsqueda de retos para ampliar y ejercitar la capacidad de uno mismo, explorar y aprender"

(p.5). Donde el único objetivo es enriquecer el mundo interior de las personas o del uno mismo, lo que conlleva al desarrollo personal “la motivación extrínseca se refiere a las actividades o tareas que se realizan y obtener una recompensa exterior”. (Según Ryan y Deci, 1999 p.3). En cuanto las sub variable Motivación interna, permite entender el impulso a hacer las cosas por el simple gusto de hacerlas y la sub variable, el resultado del estudio es de 0.737 superior al 0.05, lo cual indica que no existe relación entre las variables; por lo tanto; la motivación interna no se relaciona con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima, para Gibson (2001) el desempeño laboral es el resultado de cargos que se relacionan con los propósitos de la organización, tales como calidad, eficiencia y otros criterios de efectividad.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

1. El resultado del estudio arroja 0.083 que es superior al 0.05, lo cual indica que no existe relación entre las variables, por lo que la motivación no se relaciona con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima. Este resultado preocupa, de acuerdo al estudio que la motivación no se relacione de manera significativa con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima, lo cual deriva que no existe un nivel adecuado de motivación.
2. El resultado de la primera hipótesis secundaria es de 0.064 que es superior al 0.05, lo cual indica que no existe relación entre las variables, por lo que la motivación externa no se relaciona con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima. Esto permite comprobar que no existe una compensación directa adecuada
3. El resultado de la segunda hipótesis secundaria es de 0.737 que es superior al 0.05, lo cual indica que no existe relación entre las variables, por lo que la motivación interna se relaciona con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima. Esto permite comprobar que no existe una compensación indirecta adecuada

Recomendaciones

1. De acuerdo al del estudio donde la motivación no se relaciona con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima. Se debe

redefinir las políticas de compensación directa e indirecta ya que la motivación debe relacionarse de manera significativa con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima, y que pueda incidir en un nivel adecuado de motivación.

2. El resultado de la primera hipótesis secundaria donde la motivación externa no se relaciona con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera Crediscotia sede lima, por lo que se debe mejorar la compensación directa buscando un nivel de motivación significativa y mejorando según se indica en la Tabla 15y 16 que la remuneración recibida, sueldos y salarios no son justos, donde tenemos como respuesta un porcentaje considerable de colaboradores que están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo en este rubro.
3. De acuerdo al resultado de la segunda hipótesis secundaria donde la motivación interna no se relaciona con el desempeño del equipo de asesores de ventas se debe mejorar la compensación indirecta buscando un nivel de motivación significativa lo que nos llevaría a establecer programas de salario emocional.

Referencias

Gregor, D. M. (2006). *El lado humano de la empresas*. México: Mcgraw-Hill.

Judge, S. P. (2013). *Comportamiento Organizaiconal*. México.

Maslow, A. H. (1991). *Motivación y Personalidad*. Madrid: Díaz de Santos.

Robbins, S. P. (2009). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson Educación.

Ruiz, g. y. (2014). *Recursos Humanos* . Madrid: Published.

APENDICE A

ENCUESTA

Encuesta anónima

Se realiza un estudio de opinión sobre LA MOTIVACIÓN Y SU RELACION CON EL DESEMPEÑO DEL EQUIPO DE ASESORES DE VENTAS DEL ÁREA COMERCIAL DE LA FINANCIERACREDISCOTIA SEDE LIMA. Por favor, conteste con sinceridad y objetividad las siguientes aseveraciones.

Instrucciones: De acuerdo a las escalas marque con una "X" solo el número que mejor describa su experiencia en cada una de las preguntas.

Se agradece por su participación.

	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
1. Los incentivos que otorga la empresa me motivan a tener una mejor actitud en el trabajo.					
2. Me siento seguro y estable en mi empleo lo que me permite vender más					
3. Me siento motivado para realizar adecuadamente mi trabajo en el área de ventas.					
4. La empresa me da prestaciones sociales adecuadas					
5. En general estoy satisfecho con mi puesto de trabajo.					
6. Estoy satisfecho con los beneficios de la empresa (seguro de salud, retiro, vacaciones).					
7. Mi trabajo es evaluado en forma justa.					
8. Me siento parte importante de esta organización					
9. Recibo un trato justo en mi trabajo					
10. El personal recibe felicitaciones por parte de la dirección o el jefe inmediato por un buen trabajo realizado.					
11. El tiempo es muy importante para cumplir con las metas de ventas.					
12. Reconocen mis logros.					
13. Es efectivo mi desempeño en la empresa.					
14. Estoy satisfecho con la remuneración recibida					
15. La empresa brinda sueldos y salarios justos					
16. Existen bonificaciones y recompensas financieras diversas					
17. Las comisiones por ventas son muy buenas					

18. En la empresa valoran las competencias blandas para ejercer un cargo					
19. La empresa evalúa y toma en cuenta las competencias blandas para poder asignar un rango de sueldos y salarios					
20. Estoy pensando irme de la empresa					

