



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO**

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

Programa de motivación para la mejora del rendimiento  
empresarial en los distribuidores de una empresa multinivel en  
Trujillo, 2023

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:  
Maestra en Administración de Negocios - MBA**

**AUTORA:**

Moreno Vega, Alicia Giovana ([orcid.org/0009-0008-8001-0466](https://orcid.org/0009-0008-8001-0466))

**ASESORES:**

Mg. Barrera Correa, Angie Carol ([orcid.org/0000-0003-1406-9706](https://orcid.org/0000-0003-1406-9706))

Mg. Benites Aliaga, Ricardo Steiman ([orcid.org/0000-0002-8819-1651](https://orcid.org/0000-0002-8819-1651))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Modelos y Herramientas Gerenciales

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo Económico, empleo y emprendimiento

**TRUJILLO - PERÚ**

**2023**

## DEDICATORIA

Quiero dedicar el resultado de este trabajo a toda mi familia, en especial a mis hijos, quienes, siendo mi motor, han sufrido el impacto directo de las consecuencias del trabajo realizado.

A mis padres, por las enseñanzas impartidas y que han permitido que pueda conducirme por la vida con valores muy sólidos.

Un honor a mi madre, quien desde el cielo me sigue guiando en cada paso que doy, siendo mi mayor ejemplo de sencillez y sabiduría.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a la fuerza celestial infinita que ha estado moviéndome día tras día en cada batalla vivida.

Agradezco también a la Mgtr. Angie Barrera, mi asesora de tesis, quien, por su alta calidad humana y profesionalismo, acompañado de sus palabras motivadoras, me ha enseñado e inspirado a llegar a la meta con mucho éxito.

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, BARRERA CORREA ANGIE CAROL, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis titulada: "Programa de motivación para la mejora del rendimiento empresarial en los distribuidores de una empresa multinivel en Trujillo, 2023", cuyo autor es MORENO VEGA ALICIA GIOVANA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 20 de Diciembre del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
BARRERA CORREA ANGIE CAROL <b>DNI:</b> 18157883 <b>ORCID:</b> 0000-0003-1406-9706	Firmado electrónicamente por: ABARRERAC el 09- 01-2024 12:24:56

Código documento Trilce: TRI - 0703025

## DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

### **Declaratoria de Originalidad del Autor**

Yo, MORENO VEGA ALICIA GIOVANA estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Programa de motivación para la mejora del rendimiento empresarial en los distribuidores de una empresa multinivel en Trujillo, 2023", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
ALICIA GIOVANA MORENO VEGA DNI: 41343768 ORCID: 0009-0008-8001-0466	Firmado electrónicamente por: AMORENOV27 el 20- 12-2023 20:31:31

Código documento Trilce: TRI - 0703046

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA .....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR .....	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR .....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS.....	viii
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT .....	x
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA .....	15
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	15
3.2. Variables y operacionalización .....	16
3.3. Población, muestra y muestro.....	17
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	19
3.5. Procedimientos .....	20
3.6. Método de análisis de datos .....	21
3.7. Aspectos éticos .....	21
IV. RESULTADOS.....	22
V. DISCUSIÓN .....	29
VI. CONCLUSIONES.....	35
VII. RECOMENDACIONES .....	36
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	37
ANEXOS	

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> <i>Niveles de motivación y rendimiento empresarial</i> .....	22
<b>Tabla 2:</b> <i>Niveles de dimensiones de motivación</i> .....	23
<b>Tabla 3:</b> <i>Niveles de dimensiones de rendimiento empresarial</i> .....	24
<b>Tabla 4:</b> <i>Prueba de Normalidad de Motivación y rend. Empresarial</i> .....	25
<b>Tabla 5:</b> <i>Prueba de hipótesis de programa de motivación para mejorar motivación y rendimiento empresarial</i> .....	26
<b>Tabla 6:</b> <i>Prueba de hipótesis para mejorar las dimensiones de motivación</i>	27
<b>Tabla 7:</b> <i>Prueba de hipótesis para mejorar las dimensiones del rendimiento empresarial</i> .....	28

## ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

<b>Figura 1:</b> <i>Esquema diseño pre experimental</i> .....	16
<b>Figura 2:</b> <i>Fórmula del tamaño de muestra</i> .....	18



## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar de qué manera un programa de motivación mejora el rendimiento empresarial en los distribuidores de una empresa multinivel en Trujillo, en el año 2023; para lo cual, se realizó una investigación con metodología pre experimental de diseño pre test y post test con un solo grupo y con enfoque cuantitativo, de tipo aplicado; con una muestra de 30 distribuidores activos que tienen un centro de negocio en el centro cívico de la ciudad. La empresa de la que forman parte es la empresa multidesarrollo Omnilife. Se utilizó como instrumento una encuesta con escala de tipo Likert; el mismo que fue validado por el juicio de tres expertos y cuya fiabilidad resultó mayor a 0.8 en el coeficiente de Alfa de Cronbach. Concluyendo así, que la aplicación de un programa de motivación es altamente significativa en la mejora del rendimiento empresarial en dichos distribuidores.

**Palabras clave:** Motivación, Rendimiento empresarial, empresa multinivel, distribuidores.

## ABSTRACT

The general objective of this research was to determine how a motivation program improves business performance in the distributors of a multi-level Company in Trujillo, in the year 2023; For which, a research was carried out with pre-experimental methodology of pre-test and post-test design with a single group; with a quantitative, applied approach; with a sample of 30 active distributors who have a business center in the city center. The company they are part of is the multi-development company Omnilife. A survey with a Likert-type scale was as an instrument; the same one that was validated by the judgment of 3 experts and whose reliability was greater than 0.8 in the Cronbach's Alpha coefficient. Finally, the results demonstrate that the application of a motivation program is highly significant in improving business performance in these distributors.

**Keywords:** Motivation, business performance, multi-level Company, distributors.

## I. INTRODUCCIÓN

En este siglo XXI, existe el apogeo por la globalización y los avances tecnológicos, que por su importancia abre un gran paso al desarrollo económico a nivel mundial haciendo que el mercado sea competitivo; por tal razón, se crean los nuevos tipos de negocios que hoy en día vienen a ser las empresas multinivel que logran cambiar el estilo de vida, solo a quienes desean crecer y tienen ganas de emprender de manera personal. (Mendez, 2018)

Las empresas multinivel están compuestas por una red de vendedores independientes, conocidos con el nombre de distribuidores independientes, que generan ingresos mediante las ventas directas de productos que provee el dueño del negocio o de la empresa (Aguirre, 2020)

Asimismo, los servicios o productos que se comercializan o venden mediante las empresas multinivel son diversos; sin embargo, las más ofrecidas suelen relacionarse con la belleza, nutrición y la salud.

En base a las investigaciones encontramos a Nutrilite, que dejó lo tradicional; es decir, ofrecer sus productos de puerta en puerta, por la de renovar con un nuevo esquema de comercialización en la que los clientes quedaban satisfechos puesto que ellos también se podían convertir en distribuidores; en consecuencia, obtenían ingresos extras por un poco de tiempo dedicados.

A nivel internacional muchas empresas se han unido con sistemas de mercadeo y han obtenido eficientes resultados. Es por ello que se considera una herramienta importante para las empresas que han logrado alcanzar el éxito (Mendoza, 2022)

Existen muchos patrocinadores que emplean de forma adecuada a la motivación; sin embargo, otras, no cumplen con la motivación a sus patrocinados y la empresa Omnilife no fue ajeno a este problema. Todo suscita en la falta de experiencia en empresas de este calibre, debido a que, al momento de empezar a tener un equipo por primera vez, no saben cómo motivarlos y dirigirlos hacia el éxito anhelado y de esta manera, sobrecargan

a los patrocinadores líderes con más experiencia (Alva, 2020)

En eventos como éste, donde existe falta de motivación se han visto muchos casos en los que los distribuidores, sin importar el tiempo de activación dentro de este negocio, y sin tener el crecimiento empresarial esperado, optan por abandonar el negocio, cayendo en una gran decepción que les impide desarrollarse tanto personal como socialmente. Perjudicándose a sí mismos como a sus líneas ascendentes y/o descendentes.

El estudio de investigación tiene como finalidad resolver problemas de esta magnitud para evitar la deserción y/o desilusión de los miembros causando saturación hacia los patrocinadores líderes.

Para esta realidad problemática se creó una propuesta que ayude a conocer ¿De qué manera un programa de motivación mejorará el rendimiento empresarial en los distribuidores de la empresa Omnilife en la ciudad de Trujillo? Así, se buscó la solución dando como resultado aplicar un programa de motivación en los grupos de trabajo de los patrocinadores de la mencionada empresa.

Para ello, se desarrolló como objetivo general: Determinar de qué manera un programa de motivación ayuda a mejorar el rendimiento empresarial en los distribuidores de la empresa Omnilife en Trujillo, 2023. Asimismo, se presenta los siguientes objetivos específicos: OE1: Determinar de qué manera un programa de motivación ayuda a mejorar el monto total de las ventas de los distribuidores de la empresa Omnilife en Trujillo 2023; OE2: Determinar de qué manera el programa de motivación ayuda a aumentar el número de afiliados en los distribuidores de la empresa Omnilife en Trujillo, año 2023; OE3: Determinar de qué manera el programa de motivación ayuda a aumentar el cheque mensual en los distribuidores de la empresa Omnilife en Trujillo, año 2023.

En el marco teórico se explica los antecedentes y bases teóricas de las distintas fuentes de investigación para lograr comprender más el tema a desarrollar. Posteriormente, se encuentra la metodología en donde

encontramos el tipo y nivel de investigación, diseño de investigación, población y muestra, criterios de selección, procedimientos, plan de procesamiento y análisis de datos, matriz de consistencia y consideraciones éticas; con el desarrollo de este capítulo facilitamos los resultados de los siguientes capítulos como son los resultados, discusión, conclusiones y recomendaciones.

Finalmente, se plantea la siguiente hipótesis alternativa: Con un programa de motivación se mejorará el rendimiento empresarial de los distribuidores de la empresa Omnilife en Trujillo, año 2023; del mismo modo la hipótesis nula: Con un programa de motivación no se mejorará el rendimiento empresarial de los distribuidores de la empresa Omnilife en Trujillo, año 2023.

## II. MARCO TEÓRICO

A nivel internacional, con enfoque cuantitativo, aplicada, correlacional descriptiva, se halló el aporte Espinoza (2023) teniendo como finalidad principal establecer “la correlación de la motivación y la productividad laboral del personal de distribuidoras de productos masivos” (p. 15) Con la participación de 40 colaboradores como muestra, se le aplicó como instrumento una encuesta. Finalmente, los datos recogidos nos demostraron que un 60% manifiestan un desempeño laboral eficiente por ende trae consigo una buena recompensa, asimismo, un 55% mencionó que la recompensa genera entusiasmo en las labores 0.897 que significa que la investigación es Buena, En conclusión; Sí existe influencia entre las variables dispuestas por el autor.

Del mismo modo, en Ecuador, con alcance exploratorio, descriptivo, correlacional, se halló el aporte Solórzano (2023) teniendo como fin establecer qué componentes “afectan al desempeño laboral con la calidad de servicio al cliente en Comercial Kywi S.A., Ambato” (p. 13), con una población de 93 participantes como muestra, por lo que se le aplicó como instrumento una encuesta. Finalmente, los datos recogidos nos manifiestan la aceptación de la hipótesis alternativa. En conclusión; hay un vínculo entre la necesidad de fortalecer la gestión de servicio al cliente, siendo necesario aplicar una evaluación del desempeño en los trabajadores.

En México, con un enfoque cuantitativo, descriptivo, correlacional, se halló el aporte Piñero (2023); este tuvo como finalidad ver el nivel de “motivación del personal que trabajan en una empresa industrial, México” (p. 4). Con una población de 41 trabajadores como muestra, por lo que se le aplicó como instrumento una encuesta. Finalmente, los datos recogidos nos manifiestan la aceptación de la hipótesis alternativa., En conclusión; respecto a los datos obtenidos no se observa ningún vínculo haciendo referencia a la motivación de los grupos.

En Ecuador, con un enfoque cuantitativo, descriptivo, correlacional, se halló el aporte Alarcón (2019) teniendo como objetivo “evaluar la relación entre

la motivación y el desempeño de operadores de Envatub S.A, Pichincha” (p. 6) Con una población de 50 trabajadores, para lo cual, se empleó como instrumento un cuestionario. Finalmente, los datos recogidos nos manifiestan la aceptación de la hipótesis investigativa (alterna). Se concluye que; hay una posible relación entre las variables de estudio.

En España, en este estudio, se halló el aporte Aguilera (2019), teniendo como finalidad “estudiar las teorías de motivación laboral mediante la aplicación en base a la Teoría de Vroom” (p. 11). En definitiva, esta tesis sugiere que la motivación interior es más influyente que la circunstancial, por tal motivo, en base a estos dos contextos la motivación circunstancial e interior del personal de trabajo, están sujetas a los objetivos empresariales dentro de una organización.

En Ecuador, en este estudio con enfoque cuantitativo, no experimental, se hallaron los aportes de Abad & Calderón (2019), teniendo como objetivo primordial “estudiar el perfil motivacional de 216 colaboradores de cuatro manufactureras de Cuenca, Ecuador” (p. 4). Finalmente, los encuestados están relacionados principalmente por la afiliación, logro y la exploración.

Entre las investigaciones encontradas a nivel internacional, se halló los aportes de Ortega & Aguirre (2020); los cuales, tuvieron como objetivo “realizar un Plan de Mejora para la evaluación y formación de desempeño de CER EIR, Cajamarca, 2020” (p. 8). Con un enfoque cuantitativo, experimental. Además, se contó con la participación del área operativa de los trabajadores; lo cual a 36 participantes se tomó como muestra, aplicándose un instrumento una encuesta. Finalmente, se pudo observar que a un 91.7% de trabajadores le gustaría capacitación para poder desempeñarse mejor. En definitiva, la implementación del programa ayuda eficientemente con el desempeño de los empleados y en sus funciones encomendadas.

Por otro lado, en base a las investigaciones a nivel nacional, de diseño aplicada, experimental y descriptivo, se encontró los aportes de Fernando & Humberto (2019), donde se obtuvo como propósito un “Proyecto de mejora en

los procesos logísticos de distribución con la finalidad de apoyar al cliente de la distribuidora del Norte, Piura, 2018” (p. 10). Con una muestra de 349 clientes elegidos de forma aleatoria, para lo cual, se utilizó un cuestionario como instrumento. En definitiva, la empresa tiene deficiencias en los procesos de distribución y aprovisionamiento.

Otra de las investigaciones a nivel nacional, y que, presenta un enfoque cuantitativo, no experimental, se encontró con el aporte de Contreras (2022), teniendo cómo “establecer la correlación entre la satisfacción laboral y el rendimiento laboral de los empleados en las empresas distribuidoras de huevos en San Juan de Miraflores” (p. 8). Con una participación de 160 colaboradores como muestra, para lo cual, se les aplicaron un cuestionario como instrumento. Finalmente, se tuvo como resultados 0,79414 alta para satisfacción laboral y 0.860 alta respecto al desempeño laboral. En conclusión, existe relación, es directa y moderada.

Alva, Juan Manuel (2020) en su investigación se propuso como objetivo general la conexión entre el liderazgo y el volumen de ventas en la red de mercadeo de Teoma. El enfoque de la investigación fue de tipo no experimental, aplicado y de corte transversal correlacional, con una muestra de 96 socios. Los resultados indicaron que, aunque el volumen de ventas se encuentra por encima del promedio, la relación entre el liderazgo y el volumen de ventas es considerada como baja en términos de correlación positiva.

Otra de las investigaciones, con un enfoque cuantitativo, correlacional, se halló el aporte de Cayatopa (2020) que tuvo como finalidad implementar un “proyecto de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso up esencia” (p. 5). Además, se tuvo la colaboración de 150 empleados, empleando una guía de entrevista como medio para recopilar información. En conclusión, la motivación de consultores de la empresa favorece más en los Upline (patrocinadores) líderes, puesto que se obtiene de acuerdo a los resultados esperados, asimismo, se encuentra menos presente en los consultores que no obtiene resultados que no esperaban, a causa de la motivación hacia sus downline (patrocinados).



De la misma manera, los autores Bohórquez, Pérez, Caiche & Benavides (2020). Manifiestan, respecto a la motivación, como los resultados positivos sometidos en las actividades o trabajo que realicen. Asimismo, está sujeta a los premios o incentivos que tiene el jefe con sus empleadores, logrando así, que el personal de trabajo se sienta a gusto con lo que hace, es por ello que muchas veces quieren sentirse útiles para la sociedad, logrando así una motivación personal efectiva, como consecuencia logrará resultados positivos individuales y obtendrán resultados óptimos y rentables para la empresa.

Otra investigación a nivel nacional, orientada cuantitativamente, fue llevada a cabo por Moreno & Valencia (2020). Su objetivo fue “evaluar el impacto de la propuesta de mejora en las áreas de producción y mantenimiento en los costos operativos de la línea de producción de semirremolques plataforma de 13.50 metros en la empresa Bona Logistic E.I.R.L.” (p.10). La población y muestra incluyeron al personal de las áreas de producción y mantenimiento y se utilizaron herramientas de análisis de resultados, incluida una evaluación de viabilidad económica. En resumen, los resultados demostraron que la propuesta de mejora tuvo un efecto beneficioso en los costos de producción dentro de la empresa.

Otra de la investigación a nivel local, con un enfoque cuantitativo, transversal, se halló el aporte Salirrosas (2021), donde se tuvo como propósito establecer “el impacto de la motivación en la eficiencia laboral de los empleados de Corporación Macrochips SAC, ubicada en la ciudad de Trujillo” (p. 7). Se incluyó la colaboración del personal de los departamentos de ventas y servicio técnico utilizando instrumentos como cuestionarios. Finalmente, los problemas que se encontraron fueron la falta de motivación en el personal de las áreas mencionadas anteriormente, en definitiva, sí influye la motivación de manera positiva con el desempeño del personal.

Asimismo, en Trujillo, se evidencia una investigación descriptiva, propositiva, diseño transversal. Según Córdova (2021), teniendo como fin “describir los componentes de una propuesta de mejora en la gestión organizacional de la empresa Industrias ARCA SAC, Trujillo”. Se contó con la

colaboración de 25 trabajadores, a quienes se le aplicaron un cuestionario como instrumento. Finalmente, se obtuvo una prueba de hipótesis con valor de 0,044 de significancia. En definitiva, una mejora en las gestiones de la empresa, va obtener resultados positivos y productivos dentro de la organización.

Siguiendo con las investigaciones en Trujillo, con un diseño descriptivo correlacional, se hallaron los aportes de Díaz & Ávila (2021) teniendo como objetivo comprobar el impacto de la cultura empresarial en el rendimiento laboral de los empleados de la compañía proveedora de material escolar (p. 7). La muestra incluyó a 80 trabajadores, a quienes se les aplicó un cuestionario como herramienta de evaluación. En conclusión, se determinó que la cultura organizacional es desfavorable, mientras que, por otro lado, 66.25 desfavorable con el desempeño laboral.

Otra de las investigaciones, con diseño cuantitativo no experimental, transaccional, descriptivo, donde se hallaron los aportes de Centurión & Agreda (2020) teniendo como finalidad “establecer los factores críticos que condicionan la satisfacción laboral de la fuerza de ventas de la Distribuidora Farmacéutica La Libertad” (p. 7). Con la colaboración de 30 vendedores como muestra, para lo cual, se empleó un cuestionario como instrumento. En conclusión, en base a los objetivos existe componente que afectan a la satisfacción laboral respecto a las fuerzas de ventas.

Respecto a lo que menciona Pérez (2023). Del marketing multinivel, se puede decir que, es una industria perfeccionada que ofrece beneficios, y destaca la oportunidad que tienen los emprendedores para conseguir su independencia laboral financiera; ya que, al momento de ofrecer un servicio y/o producto directamente al consumidor final, muchas veces será más rentable para sus ingresos personales.

De acuerdo con Robert (2018) en base a la importancia de “Word motivation”, nos manifiesta que el ámbito laboral en las organizaciones y en las personas son indiscutible, puesto que, el éxito en las organizaciones va a depender de la capacidad y de los incentivos que se le brinda al personal de 8

trabajo, con el único propósito de poder mantenerlos estables y motivados dentro de la organización y además conforme con las tareas encomendadas por su jefe. En conclusión, un personal de trabajo bien motivado, va a provocar en la empresa resultados eficientes en base a la rentabilidad y productividad de la misma.

Se determinó que la relevancia en el entorno laboral tanto para organizaciones como para individuos es innegable, ya que el éxito de las organizaciones está fuertemente vinculado a la habilidad y motivación individual. La tarea principal radica en cultivar y mantener la motivación de los distribuidores, lo que conduce a una mejora en el rendimiento que beneficia a la organización.

Tenemos a Celeste Secada (2018), en su tesis con el objetivo de hallar la relación entre el nivel de motivación y de productividad del personal del área de ventas de auto en una empresa en la ciudad de Trujillo, 2018. En donde al evaluar la motivación a profundidad, su estudio revela que la motivación y la productividad se relacionan directamente sobre todo en el área de las ventas. Por tal motivo, se determina que una mala gestión en la organización disminuye las ventas de dicha organización el cuál es básico en la productividad de un trabajador.

Cusihuamán, Yuliana (2018) en su tesis respecto a la educación, solo busca la aprobación de un título, con el fin de obtener un trabajo, como sabemos la era industrial está comprometida con la educación financiera, espiritual y emocional con el objetivo de poder sostener una economía más prudente y sólida, es por ello que debemos romper obstáculos y paradigmas que nos ayuden a crecer como personas y a la misma vez seamos más útiles para la sociedad.

Respecto a la variable motivación se ha considerado a:

Según el autor (Bayser, 2022) nos menciona:

La motivación se define como un estado interno que impulsa a la conducta, siendo los motivos los generadores de comportamientos que resultan en

acciones. Varios autores la conceptualizan como una fuerza, representando la utilización de energía en una dirección y con un propósito específico (p. 2).

Por lo expuesto, considero que la motivación se encuentra en un estado interior y que se origina mediante una conducta que generan comportamientos y actitudes que se representan en acciones. Asimismo, es la fuerza que se emplea en un momento, y con un objetivo en específico.

Asimismo, el autor desde otra perspectiva menciona que:

La motivación implica la elección de objetivos y medios, mientras que la satisfacción se relaciona con el nivel de cumplimiento en una situación o contexto determinado.

Ambas están fuertemente influenciadas por los valores, creencias y estándares que las personas establecen, así como, por la interpretación de motivos y la evaluación de las circunstancias. Por ejemplo, si alguien percibe que su carga de trabajo es excesiva o injusta, experimentará sentimientos de enojo y estrés; sin embargo, si considera que está trabajando arduamente y que eso constituye un sacrificio necesario, se sentirá muy satisfecho con la labor que está realizando (p. 3).

Por lo expuesto, se puede interpretar como el incentivo que tiene un individuo y que está sujeta en base al grado del contexto o situación. Esto va a depender de las creencias y los valores que poseen las personas, Por ejemplo, cuando un individuo es sometido a mucha carga laboral, se tiene como consecuencia a un trabajador estresado y enojado. No obstante, si el trabajador está a gusto con las tareas encomendadas su sacrificio será recompensado con orgullo y cierto placer.

Por otro lado, Padovan (2020) nos menciona que:

La motivación es el proceso que influye en la fuerza, dirección y persistencia del esfuerzo que un individuo dedica para alcanzar un objetivo. La intensidad se refiere al grado de energía aplicado en el intento de una persona, aspecto al que se suele prestar mayor atención al hablar de motivación. No

obstante, es poco probable que una intensidad elevada resulte en un desempeño laboral favorable, a menos que ese esfuerzo esté orientado en una dirección que beneficie a la organización. Por lo tanto, es esencial tener en cuenta tanto la calidad como la intensidad del esfuerzo (p. 9).

Basándonos en lo mencionado, se define la motivación como el proceso que impulsa la orientación, perseverancia y esfuerzo que cada individuo emplea en la consecución de un objetivo. No obstante, cuando la necesidad alcanza su máximo, es poco probable que se traduzca en resultados positivos en términos de rendimiento, a menos que el individuo esté consciente que con su motivación ayudará a la rentabilidad de la organización; es allí, que encuentra un motivo para sentirse con ganas de resolver cualquier tipo de problemática.

Dimensiones: tenemos:

#### **Extrínseco:**

De acuerdo con Chiavenato (2016), la motivación extrínseca se vincula con cualquier factor o incentivo que la organización utiliza para estimular a sus colaboradores. Estos estímulos, que son administrados por la organización, pueden incluir el salario u otros programas o actividades que se originan externamente al individuo y son gestionados por la organización en cuestión.

#### **Intrínseco:**

La motivación intrínseca se fundamenta en la ejecución de la actividad por el simple hecho de realizarla; es decir, el impulso proviene de la satisfacción interna que proporciona la acción, sin depender de recompensas externas. (Bernardo & Basterretche, 2004).

Según la explicación de Chiavenato (2018), la motivación intrínseca es inherente a los seres humanos y se manifiesta cuando los colaboradores encuentran razones suficientes para llevar a cabo un trabajo de alta calidad. En este contexto, la motivación intrínseca se desarrolla a partir de valores como el amor por el trabajo, especialmente en una competencia orientada hacia los

objetivos de la organización.

Según varios estudios, se observa que los empleados que se encuentran motivados tienden a ejecutar sus responsabilidades laborales de manera más efectiva. Si las organizaciones muestran interés en llevar a cabo diversas actividades destinadas a mejorar la motivación, es posible lograr, como resultado, un nivel superior de rendimiento laboral. (Morales, 2019).

### **Trascendente:**

Según los autores Pin & Susaeta (2003), la motivación trascendente no se relaciona únicamente con aspectos sobrenaturales, sino que, recibe esta denominación porque emana del ser humano, destacando la relevancia de los resultados de las acciones de los demás.

Se orienta a atender necesidades que no son solicitadas por terceros, superando las propias, con el propósito de mejorar la situación del grupo en general y promover el desarrollo de su potencial (Pérez, 2000).

Respecto a la variable rendimiento empresarial se ha considerado a:

Según el autor Saavedra (2022) menciona que:

Ven al rendimiento como una evaluación que se asocia con el incremento de las ganancias, el aumento en la participación del mercado y/o el incremento en el número de empleados. Estos individuos sostienen que la medición del rendimiento se basa en indicadores financieros tales como el retorno de la inversión (ROI), el rendimiento de los activos (ROA), el crecimiento de las ventas y el éxito en la introducción de nuevos productos y/o servicios. (p. 4)

Por lo expuesto, se considera que el rendimiento es una medida de crecimiento, en base a las utilidades, y el aumento del número de empleados; es por ello, que esta variable se considera medible por los aspectos financieros de ROI, ROA.

Asimismo, el autor nos dice:

La relación entre la innovación y el rendimiento se suele justificar

principalmente debido a que la innovación permite a las empresas destacarse de la competencia, lo cual, puede llevar a mayores beneficios económicos y a una mejora en el valor ofrecido a las partes interesadas, ya sean accionistas, empleados o usuarios finales. (p. 5)

Por lo expuesto, el rendimiento se ve reflejado también, por la innovación que favorecen, en gran medida a la empresa, a ser más competentes y, por ende, se diferencian por el valor agregado; sin embargo, las empresas deben estar según los avances tecnológicos, ya que esos mismos avances serán los que posicionarán a la empresa más competitiva y rentable. Por tal motivo, es muy importante crear estrategias que beneficien a las corporaciones o entidades al éxito comercial.

**Dimensiones:** para este estudio se ha considerado a los siguientes como dimensiones:

**Ventas:**

Según Churchill (2000), la venta directa se define como el proceso en el cual un representante de ventas proporciona a los consumidores una explicación personal y realiza una demostración del producto, típicamente en la residencia o lugar de trabajo de dichos consumidores. Esto implica un canal de distribución dinámico que se expande rápidamente geográficamente, permitiendo la introducción directa de productos y servicios al mercado para llegar directamente al consumidor.

Aquellas, cuyo propósito principal radica en reclutar a más individuos para su estructura piramidal. En este modelo los ingresos de quienes se unen primero a la red provienen de las cuotas de incorporación que pagan aquellos que se unen posteriormente y ocupan la base. Además, en muchos casos, no hay presencia de un producto y en situaciones donde existen, se caracterizan por su baja calidad. (García, 2021).

**Afiliación:**

Desde una perspectiva teórica, cada distribuidor se encarga de adquirir y comercializar productos tanto para su consumo como para su venta. Además de esta función principal, se obtienen beneficios a través de la formación de 13

una red de distribuidores. Es importante destacar que no hay restricciones ni cuotas, ya que la contribución en estas actividades fue totalmente y libre. (Menacho, 2019).

La verdadera eficacia del modelo de negocios de multinivel reside en la capacidad de reclutar a otras personas para que, a su vez, distribuyan los productos, perpetuando este proceso de reclutamiento continuo. Las ganancias para aquellos que llevan a cabo esta actividad de manera responsable no solo provienen de las ventas personales, sino también, de la facturación generada por la red que han construido (Pérez, 2021).

### **Cheque:**

De acuerdo con Gage (2009), quien señala que en cualquier empresa o transacción en la que las personas adquieran productos simplemente para tener derecho a recibir un pago, se considerará como una estructura piramidal. Este tipo de esquema se clasifica como ilegal en casi todo el mundo.

Un cheque consiste en una instrucción escrita que autoriza al destinatario a recibir una cantidad específica de dinero; la cual, está previamente indicada en el papel y debe estar puesto en la cuenta bancaria del emisor (Fernández, 2019).

Asimismo, se destaca la propuesta de la empresa Omnilife, que ofrece un modelo de negocio innovador para personas con espíritu emprendedor. La posibilidad de unirse a esta empresa de capital mexicano, no solo implica el compartir los beneficios del negocio, sino también disfrutar de una mejor calidad de vida. Además, se aborda la dinámica común en empresas, donde diferentes líderes se destacan, ya sea por su dedicación a la educación y el liderazgo, o por las recomendaciones basadas en experiencias similares. La conexión entre el esfuerzo individual y grupal y la recompensa económica se resalta en la frase “vacía tu bolsillo educando a tu mente que luego tu mente llenará tus bolsillos”. En resumen, en este estudio se presenta una perspectiva interesante sobre el emprendimiento y la importancia de la educación y el liderazgo en el éxito empresarial.



### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

##### **3.1.1. Tipo de investigación:**

Esta investigación fue de tipo aplicada, y se realizó porque existen dos variables y el proceso de aplicación de conocimientos o estrategias para poder lograr los resultados de manera significativa.

Carrasco (2005); define investigación aplicada como objetivos prácticos inmediatos bien definidos, para actuar, modificar, cambiar o provocar cambios en un sector específico de la realidad (pág. 43)

De nivel explicativo porque hace comprobación de hipótesis.

##### **3.1.2. Diseño de investigación:**

El diseño utilizado en esta investigación fue el experimental con carácter pre experimental, según el grado de control que tengan sobre las variables extrañas, y que son potenciales para el estudio.

Hernández, et al., (2014) manifiesta que este enfoque, pre experimental, consiste en administrar un estímulo o tratamiento a un grupo observado para, finalmente, realizar la medición de las variables y determinar el nivel del grupo en éstas.

Los diseños preexperimentales son caracterizados por la falta de validez interna, aunque proporcionan un control mínimo sobre la aplicación de los casos. (Villagómez, 2011)

Este estudio se basa en un diseño preexperimental que incluye un grupo experimental, pretest y posttest, donde el estímulo consiste en la implementación de un programa de motivación. El esquema de la investigación es el siguiente:

Figura 1

Esquema de diseño pre experimental

GE: O1-----X-----O2

Donde:

GE: Grupo experimental  
O1: Observación 1: pre test  
O2: Observación 2: post test  
X: Programa de motivación

### **3.2. Variables y operacionalización:**

La presente investigación es bivariada, porque se trabaja con dos variables de estudio. Las cuales son:

Variable independiente: Motivación

Variable dependiente: Rendimiento empresarial

#### **Variable Independiente:**

##### **Motivación Definición**

##### **conceptual:**

La motivación se describe como un estado interno que impulsa la conducta, siendo los motivos los generadores de comportamientos que resultan en acciones. Varios autores la conceptualizan como una fuerza. Se entiende la motivación como la utilización de energía en una dirección y con un propósito específico. (Bayser, 2022)

##### **Definición operacional:**

Se define como impulsos que te animan a seguir adelante, el cual consta de sesiones y tiene las siguientes dimensiones:

**Dimensiones:**

Extrínseca, intrínseca y trascendente y sus valores se definen así: Bajo (17 – 51 p), Medio (52 — 68 p) y Alto (69 — 85 p)

**Variable dependiente: Rendimiento empresarial****Definición conceptual:**

Ven al rendimiento como una medida de desempeño interpretado como crecimiento de las ganancias, crecimiento de la participación de mercado y/o crecimiento de los empleados, aquellos que sostiene que la evaluación del rendimiento se realiza a través de indicadores financieros tales como el retorno de la inversión (ROI), el rendimiento de los activos (ROA), el rendimiento de las ventas y el éxito en la introducción de nuevos productos y/o servicios. (Saavedra, 2022)

**Definición operacional:**

El rendimiento empresarial (también conocido como productividad) es la relación entre los resultados alcanzados, los métodos utilizados, el tiempo necesario para lograrlos y los recursos invertidos. Y tiene las siguientes dimensiones:

**Dimensiones:**

Ventas, Afiliación. Cheque y cuyo valor es: Bajo (15 — 45 p), Medio (46 - 60 p) y Alto (61 - 75 p)

**3.3. Población, muestra y muestreo****3.3.1. Población**

Carrasco (2005); dice que una población es el conjunto de todos los elementos presentes en el área donde se realiza la investigación (pág. 236).

La población de este trabajo está conformada por los distribuidores independientes de la empresa Omnilife de la Ciudad de Trujillo sometida al estudio de investigación; la cual, consta de un total de 39 distribuidores independientes.

Criterios de inclusión: Los distribuidores que laboren más de 2 años, y que acudan al Centros de Negocio “Constelación de Líderes” situado al centro de la ciudad de Trujillo. Distribuidores que accedan voluntariamente ser partícipes en la investigación.

Criterios de exclusión: Distribuidores que cuenten con centros de negocios fuera del centro de la ciudad y que no accedan de manera voluntaria la aplicación de los instrumentos de estudio.

### 3.3.2. Muestra:

La muestra consiste en todos los distribuidores independientes de la empresa Omnilife ubicados en la ciudad de Trujillo. Este grupo está compuesto por 30 distribuidores, y la muestra se considera representativa, obtenida de manera aleatoria, y adecuada, determinada mediante fórmulas que establecen el nivel de confianza y el margen de error. Dado que la población es finita, se calculó el tamaño de la muestra utilizando la siguiente fórmula:

#### Figura 2

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{(N - 1) \times e^2 + Z^2 \times p \times q}$$

Donde:

n: muestra de  
investigación N:

Población (39)

Z: Nivel estándar del nivel de confianza al 90% de confianza

(1.64) p: proporción de éxito (0.5)

q: proporción de fracaso

(0.5) e: error muestral (7%)

**Tamaño de muestra:**

$$n = \frac{39 \times 1.64^2 \times 0.50 \times 0.50}{(39 - 1) \times 0.07^2 + 1.64^2 \times 0.50 \times 0.50} = 30$$

Siendo la muestra final de 30 distribuidores independientes

### **3.3.3. Muestreo:**

Se utilizó el muestreo probabilístico seleccionando de manera aleatoria.

### **3.3.4. Unidad de análisis:**

La unidad de análisis según Sampieri (2003) está definido como los sujetos que van a ser medidos. En esta investigación la unidad de análisis es cada distribuidor independiente de la empresa multinivel Omnilife.

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

### **La técnica: la encuesta**

El autor Sánchez (2017), define a la técnica un medio para obtener datos de información requeridos según los objetivos en función de la investigación (pág. 163).

Se usó como técnica la Encuesta; la cual, fue la herramienta de apoyo.

### **Instrumento: Cuestionario**

Este instrumento está basado en una serie de preguntas, llenadas por escrito, particularmente con opción única y cerrada, con el fin de poder obtener datos reales en base a las variables de investigación (Hernández, et al.,2014).

En primera instancia se elaboraron los instrumentos que estuvieron relacionados con la motivación y el rendimiento empresarial, respectivamente. Los instrumentos utilizados en la investigación fueron validados por tres jueces expertos, quienes dieron la validez de los mismos.

Se aplicó una muestra piloto para evaluar la viabilidad, claridad, <sup>19</sup>

comprensión y funcionalidad del instrumento, también para poder determinar posibles dificultades o problemas y hacer mejoras necesarias antes de su implementación completa.

Con una muestra piloto de 20 distribuidores, y con una correlación de Pearson “r” de 0.866, el cual es mayor a 0.70, nos indica que el instrumento de la variable motivación es válida. Así mismo, con un alfa de Cronbach  $\alpha = 0.886$ , el cual es mayor que 0.70, nos indica que el instrumento en mención es confiable.

Del mismo modo para el instrumento de la variable rendimiento empresarial tenemos un “r” de 0.875, mayor que 0.70, indicándonos que es válido; y, un “ $\alpha$ ” de 0.923, el cual nos demuestra que el instrumento de la variable dependiente es confiable.

Después de demostrar la validez y confiabilidad de cada instrumento de medición se aplicaron al grupo experimental en el pretest.

Acto seguido se aplicó el programa de motivación “MotivAndo”, de la siguiente forma: una sesión semanal consecutiva.

Las sesiones fueron desarrolladas cada jueves con una duración de 3 horas cada una. Se aplicó en el centro de negocios “Constelación de Líderes” el mismo que se ubica en el Jr. Bolívar 634, of. 203

Posterior a ello, se aplicó la prueba post test.

### **3.5. Procedimientos**

La información captada por medio de los instrumentos descritos, han sido registrados en Excel. Asimismo, se emplearon códigos alfanuméricos y se elaboró un diccionario de datos en el mismo libro Excel.

Esta base de datos fue migrada hacia una hoja de cálculo del software IBM-SPSS vrs 27, desde la cual se procedió a categorizar variables y luego con la estadística descriptiva efectuar tabulación simple y de doble entrada, reportando frecuencias absolutas simples y relativas porcentuales. También se ensayaron elaboraciones gráficas de nube de puntos, empleando

las pruebas pertinentes para el análisis estadístico.

Los resultados fueron analizados y discutidos rigurosamente.

Finalmente, se procedió a elaborar las conclusiones en base a los resultados previamente expuestos.

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

Después de aplicada la encuesta, las respuestas obtenidas fueron procesadas en el software IBM-SPSS ver 27 para su análisis descriptivo, mediante las tablas de distribución de frecuencias, para luego realizar la prueba de Normalidad dependiendo del tamaño muestral (en este caso se usó una prueba de Shapiro Wilk); asimismo, el cálculo de la medida de la prueba de comparación de medias y/o medianas de acuerdo al tipo de distribución que tuvo; sin embargo, se encontró al menos a una de ellas que no cumplió con una distribución normal, se hizo uso en ese caso de la Prueba de T Wilcoxon que nos permitió contrastar las hipótesis, y en otro caso se usó una prueba estadística llamada t de student para muestras dependientes. (Norman, G., D. Streirner, 1998).

### **3.7. Aspectos éticos**

En este estudio se respetaron los derechos de autores que fueron usados como antecedentes, citados en base a las normas APA. En la recolección de datos también se respetó las opiniones de los jueces expertos considerando el principio de integridad.

De la misma manera se usó el código de ética de la Universidad César Vallejo aprobado por la RCU N° 0340-2021/UCV, con los lineamientos de la “Directiva para Investigación Formativa”, aprobado por la RVI N°066-2023-VI-UCV y también con la “Guía de elaboración de trabajos conducentes a grados y títulos”, aprobado por la RVI N°062-2023-VI-UCV.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Análisis descriptivo

#### Niveles de pretest y postest de: motivación y rendimiento empresarial

Se presenta estos resultados con el fin de saber los niveles de motivación y niveles de rendimiento empresarial según pretest y postest de los distribuidores de una empresa multinivel en Trujillo, 2023

**Tabla 1**

*Niveles de la motivación y el rendimiento empresarial según pre y pos test de los distribuidores de una empresa multinivel en Trujillo, 2023.*

Niveles	Motivación laboral				Rendimiento empresarial			
	PreTest		PosTest		PreTest		PostTest	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Bajo	14	46.7%	0	0.0%	15	50.0%	0	0.0%
Medio	12	40.0%	11	36.7%	13	43.3%	9	30.0%
Alto	4	13.3%	19	63.3%	2	6.7%	21	70.0%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Aplicación del Instrumento para evaluar la motivación y el rendimiento empresarial, Trujillo - 2023.

En la tabla 1 se muestra que en el pretest el 46.7% de los distribuidores obtuvieron nivel bajo respecto a la motivación y el 40.0% tienen nivel medio, cuando se aplica un Programa de motivación (postest), el 63.3% de los distribuidores obtienen nivel alto de motivación y el 36.7% tienen nivel medio; de igual manera en el pretest el 50% de los distribuidores obtuvieron nivel bajo respecto al rendimiento empresarial y un 43.3% tuvieron nivel medio, luego de impartir el Programa de motivación (postest), el 70.0% de los distribuidores obtuvieron nivel alto en su rendimiento empresarial y el 30.0% tienen nivel medio.

Denotándose la mejora tanto de la motivación como en su rendimiento empresarial del pre al pos test en los distribuidores de una empresa multinivel en Trujillo.



## Niveles de pre y postest de dimensiones de cada variable:

Se muestran los resultados para saber los niveles de las dimensiones de la variable motivación y los niveles de las dimensiones del rendimiento empresarial según pretest y postest de los distribuidores en una empresa multinivel en Trujillo, 2023.

## Niveles de pretest y postest de las dimensiones en la Motivación

**Tabla 2**

*Niveles de las dimensiones de motivación según pretest y postest de los distribuidores de una empresa multinivel en Trujillo, 2023*

Dimensiones de la motivación laboral	PreTest		PosTest	
	N°	%	N°	%
<b>D1: Extrínseco</b>				
Bajo	14	46.7%	0	0.0%
Medio	12	40.0%	11	36.7%
Alto	4	13.3%	19	63.3%
<b>D2: Intrínseco</b>				
Bajo	15	50.0%	1	3.4%
Medio	12	40.0%	10	33.3%
Alto	3	10.0%	19	63.3%
<b>D3: Transcendente</b>				
Bajo	16	53.3%	0	0.0%
Medio	9	30.0%	12	40.0%
Alto	5	16.7%	18	60.0%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Aplicación del Instrumento para evaluar la motivación, Trujillo - 2023.

En la Tabla 2 se muestra que en el pretest el 46.7% de los distribuidores obtuvieron nivel bajo respecto a la motivación extrínseca y el 40.0% tienen nivel medio, después en el post-test, el 63.3% obtienen nivel alto de motivación extrínseca y el 36.7% están al nivel medio; de igual manera en el pretest el 50.0% de los distribuidores obtuvieron nivel bajo respecto a la motivación intrínseca y el 40.0% tienen nivel medio, luego en el post-test, el 63.3% obtienen alto nivel de motivación intrínseca y el 33.3% obtuvieron nivel medio; por último en el pretest el 53.3% de los distribuidores están a un nivel bajo

respecto a la motivación trascendente y el 30.0% están a un nivel medio, seguido en el posttest, el 60.0% obtuvieron alto nivel de motivación trascendente y el 40.0% obtuvieron nivel medio.

### **Niveles de pre y post test de las dimensiones de: Rendimiento empresarial**

**Tabla 3**

*Niveles de las dimensiones del rendimiento empresarial según pre y pos test de los distribuidores de una empresa multinivel en Trujillo, 2023*

Dimensiones del Rendimiento empresarial	PreTest		PosTest	
	N°	%	N°	%
<b>D1: Ventas</b>				
Bajo	15	50.0%	0	0.0%
Medio	13	43.3%	9	30.0%
Alto	2	6.7%	21	70.0%
<b>D2: Afiliación</b>				
Bajo	16	53.3%	0	0.0%
Medio	13	43.3%	10	33.3%
Alto	1	3.4%	20	66.7%
<b>D3: Cheque</b>				
Bajo	16	53.3%	0	0.0%
Medio	13	43.3%	9	30.0%
Alto	1	3.4%	21	70.0%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Aplicación del Instrumento para evaluar el rendimiento empresarial, Trujillo - 2023.

En esta Tabla 3 se tiene que en el pretest el 50.0% de los distribuidores obtienen nivel bajo respecto a las ventas y el 43.3% obtuvieron nivel medio, luego en el post-test, el 70.0% obtienen nivel alto de ventas y el 30.0% tienen nivel medio; de igual manera en el pre-test el 53.3% de los distribuidores obtuvieron nivel bajo respecto a la afiliación y el 43.3% tienen nivel medio, después en el posttest, el 66.7% obtuvieron nivel alto de afiliaciones y el 33.3% obtuvieron nivel medio; por ultimo en el pre-test el 53.3% de los distribuidores obtienen nivel bajo respecto a los cheques y el 43.3% tienen nivel medio, después en el post-test, el 70.0% obtienen nivel alto de cheques y el 30.0%

tienen nivel medio.

#### 4.2. Análisis de normalidad

Para analizar la Normalidad se utiliza una prueba estadística llamada de Shapiro Wilk, debido a que se trata de una muestra menor a 50 ( $n < 50$ ), con nivel de significancia  $p > 0.05$  para datos distribuidos normalmente y se usará la prueba t student. Caso contrario son no paramétricos y se usará la prueba t de Wilcoxon.

**Tabla 4**

*Prueba de Normalidad de la motivación y el rendimiento empresarial según pre test y pos test de los distribuidores de una empresa multinivel en Trujillo, 2023.*

Pruebas de normalidad	Shapiro Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Motivación laboral	0.843	30	0.000
Extrínseco	0.778	30	0.000
Intrínseco	0.824	30	0.000
Transcendente	0.944	30	0.120
Rendimiento empresarial	0.969	30	0.511
Ventas	0.917	30	0.023
Afiliación	0.890	30	0.005
Cheque	0.885	30	0.004

*Nota:* Aplicación del Instrumento para evaluar la motivación y el rendimiento empresarial, Trujillo – 2023.

En la Tabla 4 se muestra que la prueba de Shapiro Wilk para muestras menores a 50 ( $n < 50$ ) detalla los niveles de significancia de la motivación y sus dimensiones: extrínseco e intrínseco; así como, las dimensiones del rendimiento empresarial: ventas, afiliación y cheques se sitúan por debajo del 5% ( $p < 0.05$ ), indicando que la distribución de los datos no es normal; por

consiguiente, se requiere emplear la prueba no paramétrica de Wilcoxon. En cuanto a la dimensión trascendente y la variable de rendimiento empresarial, la cifra es superior al 5% ( $p > 0.05$ ), lo que sugiere una distribución normal de los datos. Por lo tanto, se sugiere aplicar la prueba paramétrica “t de student” en relación con las hipótesis de investigación.

### Prueba de hipótesis:

Análisis de normalidad de las diferencias pareadas y análisis comparativo y tamaño del efecto.

**Tabla 5**

*Pruebas de hipótesis de Programa de Motivación para la mejora de la motivación laboral y del rendimiento empresarial de los distribuidores de una empresa multinivel en Trujillo, 2023.*

Motivación laboral	Promedio	Diferencia	W Wilcoxon	Significancia
Pre-Test	54.2	17.1	4.789	$p = 0.000 < 0.05$
Post-Test	71.3			Significativo
Rendimiento empresarial	Media	Diferencia	t Student	Significancia
PreTest	45.4	19.2	25.228	$p = 0.000 < 0.05$
PosTest	64.5			Significativo

*Nota:* Aplicación del Instrumento para evaluar la motivación y el rendimiento empresarial, Trujillo – 2023.

En esta Tabla 5 se muestra que el puntaje promedio de la motivación en el pretest es 54.2 y en el posttest es de 71.3, con una diferencia promedio (post - pre) de 17.1, y el valor de la prueba no paramétrica Wilcoxon es  $W = 4.789$  a un nivel de significancia menor al 5% ( $p < 0.05$ ), lo que demuestra que la implementación del Programa de motivación mejora significativamente la motivación laboral. El puntaje promedio del rendimiento empresarial en el pretest es de 45.4 y en el posttest de 64.5, con una diferencia promedio (post — pre) de 19.2, con un valor de la prueba paramétrica t- student de  $T = 25.228$  a un nivel de significancia menor al 5% ( $p < 0.05$ ), lo que indica que la implementación del

Programa de motivación mejora significativamente el rendimiento empresarial de los distribuidores de una empresa multinivel en Trujillo (aceptándose la hipótesis de estudio).

### Según dimensiones de Motivación

**Tabla 6**

*Prueba de hipótesis del Programa de Motivación para mejorar las dimensiones de la motivación de los distribuidores de una empresa multinivel en Trujillo, 2023*

Dimensiones de la motivación	Promedio	Diferencia	Prueba estadística	Significancia
<b>Extrínseco</b>				
Pre-Test	22.4	7.0	4.676*	p = 0.000 < 0.05 Significativo
Post-Test	29.4			
<b>Intrínseco</b>				
Pre-Test	15.7	5.1	4.746*	p = 0.000 < 0.05 Significativo
Post-Test	20.8			
<b>Transcendente</b>				
Pre-Test	16.1	5.0	17.165**	p = 0.000 < 0.05 Significativo
Post-Test	21.1			

*Nota:* Aplicación del Instrumento para evaluar la motivación, Trujillo – 2023.

\* Prueba no paramétrica Wilcoxon, \*\* Prueba paramétrica t student.

En la Tabla 6 se observa que la diferencia media de la motivación extrínseca según pre y pos test es de 7.0, con valor de la prueba es  $W = 4.676$  y nivel de significancia menor al 5% ( $p < 0.05$ ), así también la diferencia media de la motivación intrínseca según pre y pos test es de 5.1, con valor de la prueba es  $W = 4.746$  y nivel de significancia menor al 5% ( $p < 0.05$ ), y por último la diferencia media de la motivación trascendental según pre y pos test es de 5.0, con valor de la prueba es  $T = 17.165$  y nivel de significancia menor al 5% ( $p < 0.05$ ), con ello se demuestra que existe una mejora significativa del pre al pos test respecto a las dimensiones de la motivación.

## Según dimensiones de Rendimiento empresarial

**Tabla 7**

*Prueba de hipótesis del Programa de Motivación para mejorar las dimensiones del rendimiento empresarial de los distribuidores de una empresa multinivel en Trujillo, 2023*

Dimensiones del rendimiento empresarial	Promedio	Diferencia	Prueba estadística	Significancia
<b>Ventas</b>				
Pre-Test	15.3	6.4	4.818*	p = 0.000 < 0.05 Significativo
Post-Test	21.7			
<b>Afiliación</b>				
Pre-Test	15.3	6.4	4.823*	p = 0.000 < 0.05 Significativo
Post-Test	21.7			
<b>Cheque</b>				
Pre-Test	14.7	6.5	4.846*	p = 0.000 < 0.05 Significativo
Post-Test	21.2			

*Nota:* Aplicación del Instrumento para evaluar el rendimiento empresarial, Trujillo – 2023.  
Prueba no paramétrica Wilcoxon, \*\* Prueba paramétrica t student.

En la Tabla 7 se observa que la diferencia media de la dimensión ventas según pre y pos test es de 6.4, con valor de la prueba es  $W = 4.818$  y nivel de significancia menor al 5% ( $p < 0.05$ ), así también la diferencia media de la dimensión afiliación según pre y pos test es de 6.4, con valor de la prueba es  $W = 4.823$  y nivel de significancia menor al 5% ( $p < 0.05$ ), y por último la diferencia media de la dimensión cheque según pre y pos test es de 6.5, con valor de la prueba es  $W = 4.846$  y nivel de significancia menor al 5% ( $p < 0.05$ ), con ello se demuestra que existe una mejora significativa del pre al pos test respecto a las dimensiones del rendimiento empresarial.

## V. DISCUSIÓN

En los resultados del presente trabajo se aprecia que solo el 6.7% de los distribuidores solían estar en un nivel alto en su rendimiento, y que un 13.3% solían mantenerse motivados. Después de la implementación de un programa de motivación MotivAndo, es notorio el incremento, en caso del rendimiento subió un 63%; a la vez, estos distribuidores aumentaron un 50% en su entusiasmo por las actividades que realizan, demostrando de esta manera que la motivación influye de manera muy significativa el rendimiento en este personal.

De la misma forma, tenemos cierta similitud con una investigación realizada en Ecuador por Espinoza (2023), de tipo aplicada, con enfoque cuantitativo, correlacional descriptiva y cuya finalidad fue determinar la relación que existía entre la motivación y productividad de las personas de las distribuidoras de productos masivos. Con una muestra de 40 personas, a través de una encuesta, se demostró que un 60% manifestaron una mejora de desempeño eficiente de esas personas. El cual, trae recompensa y a través de esa recompensa un 55% generó mucho entusiasmo. De esa manera podemos concluir que los resultados de las dos investigaciones guardan similitud por demostrar que la motivación sí afecta en gran medida en una mejora en el rendimiento o desempeño laboral en las personas, reflejándose en una mejora en la productividad de estas personas distribuyendo los productos masivos bajo su responsabilidad.

Tal y como lo indica el autor Robert (2018) donde manifiesta la importancia que tiene la motivación en el ámbito laboral, indicando que el éxito en las empresas y organizaciones va depender de la capacidad de mantenerlos motivados. En conclusión, una persona bien motivada va lograr que su empresa tenga resultados eficientes en base a la rentabilidad y productividad de la misma.

También tenemos en esta investigación uno de los objetivos específicos, que es determinar de qué manera un programa de motivación mejora las ventas en los distribuidores de una empresa multinivel. En los resultados de la investigación podemos apreciar que la implementación de un programa de motivación mejora significativamente en el incremento de las ventas quien tuvo 15.3 de puntaje en el pretest. Luego de aplicar el programa de motivación sus ventas incrementaron a 21.7 puntos. Con una significancia menor del 5%.

En concordancia con este resultado tenemos a Celeste Secada (2018) en su tesis donde tiene por objetivo encontrar la relación que existe entre el nivel de motivación y de productividad del personal del área de ventas de auto en una empresa en la ciudad de Trujillo en el año 2018. Cuyos resultados revelan que la motivación está directamente relacionada con la productividad específicamente en el área de las ventas.

En contraposición se tiene a Alva, Juan Manuel (2020), quien, en su investigación de tipo no experimental, aplicado, de corte transversal correlacional propuso como objetivo general la conexión entre el liderazgo y el volumen de ventas en la red de mercadeo Teoma; hallándose como resultado que el volumen de ventas se encuentra por encima del promedio y que la relación entre el liderazgo y el volumen de ventas es considerada como baja en términos de correlación positiva.

Considerando en los aportes de Salirrosas (2021) con enfoque cuantitativo transversal, el cual tuvo como propósito establecer el impacto de la motivación en la eficiencia laboral de los empleados en Corporación Macrochips SAC de la ciudad de Trujillo, donde se incluyó la participación del personal de las áreas de ventas y servicio técnico, encontramos problemas en las mencionadas áreas por la falta de motivación. Concluyendo así, que la motivación sí influye de manera positiva con el desempeño laboral, sea ésta en el área de ventas o en distinta área.

Por tal motivo se puede concluir que una mala gestión en la organización disminuye notablemente las ventas, siendo éste un indicador muy importante



en la productividad de cada trabajador.

Asimismo, encontramos a Bayser (2022) que nos menciona que una buena motivación genera comportamientos que desencadenan en acciones.

Así se puede determinar que, debido al incremento de la productividad, la motivación o programa de motivación tiene influencia altamente significativa en el rendimiento empresarial aumentando las ventas de cada individuo dentro de cualquier empresa, compañía u organización.

Siguiendo con el análisis, se observa que otro objetivo fue determinar de qué manera un programa de motivación mejora o aumenta el número de afiliados en una empresa multinivel en Trujillo.

Según los resultados se tiene que la diferencia de las medias es de 6.4 puntos del pretest al posttest, que es cuando se llevó a cabo la implementación del programa de motivación. En este indica que dicho programa efectivamente tiene una relevancia muy significativa en la mejora del rendimiento y aumento de afiliados en una empresa multinivel.

Si bien, teóricamente se sabe que cada socio distribuye los productos (sea para su propio consumo o para su venta directa), también se obtienen beneficios al formar una red de distribuidores, quienes se encargarán de distribuirlos en forma masiva o individual logrando retribuciones económicas para el equipo. (Menacho, 2019)

Según Pérez (2021) que nos dice que el verdadero poder del multinivel es reclutar a personas, a quienes se les consideran como nuestros afiliados, para que también distribuyan los productos y se repita el ciclo una y otra vez.

Debido a que, el autor Saavedra (2022) asocia el rendimiento con el incremento de las ganancias, el aumento de la participación en el mercado y el incremento de número de empleados (en nuestro tipo de negocios, sería el incremento de afiliados); el cual, se mide en indicadores financieros como el retorno de la inversión, el rendimiento de los activos, el crecimiento de las

ventas y el éxito en la introducción de nuevos productos y/o servicios. Se va considerar que el rendimiento es una medida de crecimiento en base a varios aspectos, entre ellos están utilidades, aumento de número de empleados. Se puede concluir que, efectivamente, el rendimiento se asocia con la mejora o aumento del número de afiliados en una empresa multinivel.

Continuando con el análisis, tenemos el objetivo específico donde se pide determinar de qué manera un programa de motivación mejora en el aumento del cheque mensual de los distribuidores en una empresa multinivel en la ciudad de Trujillo, al año 2023.

En el pretest nos arroja que las personas que aspiraban a tener un cheque relativamente alto fueron solo del 3.4%; mientras que, después de haber implementado el programa de motivación, se observó un incremento al 70% de distribuidores que ya empezaban a elevar su cheque, haciendo esto una forma más digna de vivir su emprendimiento independiente. Logrando las metas propuestas.

Según la explicación de Fernández (2019), un cheque constituye una instrucción escrita que posibilita a la persona que lo recibe realizar el cobro de una cantidad de dinero especificada en dicho documento, siempre y cuando esté disponible en una cuenta bancaria.

De esta manera determinamos que, en el presente estudio, el programa de motivación sí mejora de manera muy significativa el cheque a cobrar por los distribuidores independientes de una empresa multinivel en la ciudad de Trujillo.

De la misma forma analizando, de manera adicional, a la variable motivación, en los resultados se observa que, después de implementarse el programa, su motivación extrínseca se ve afectada con un incremento de 7 puntos en su promedio del pre al postest y con un nivel de significancia menos de 5% se determina que los distribuidores quedaron mucho más motivados y con entusiasmo de trabajar, deseando generar más ganancia externa. Según

nos indica Chiavenato (2016), que efectivamente este factor externo sería el salario o cualquier incentivo monetario, que la organización estaría utilizando para lograr sus metas propuestas.

Igualmente, analizamos la motivación intrínseca en el presente trabajo, y se encuentra que existe un aumento de 5.1 puntos y con una significancia menor de 5%, lo cual indica que, al desarrollarse el programa de motivación, los distribuidores quedan intrínsecamente con mucho más entusiasmo de seguir generando más crecimiento en su negocio. Tal como lo indica Chiavenato (2018) que la motivación intrínseca se forma en base a valores como amor al trabajo.

Como ya lo dijera Cusihuamán, Yuliana (2018) en su tesis, respecto a la educación, en donde solo busca la aprobación de un título, para, simplemente, obtener un trabajo; y, considerando la era industrial, quien está comprometida con la educación financiera, espiritual y emocional, es necesario romper obstáculos y paradigmas que nos ayuden a crecer como personas para poder ser más útiles a la sociedad.

Por último, al evaluar la motivación se encontró que en su dimensión trascendente la motivación aumentó en 5 puntos del pretest al posttest con una significancia menor al 5%, demostrando de esta manera que los distribuidores empezaron a trabajar sin preocuparse por sus propias necesidades, desarrollando más empatía y deseo de apoyar a su equipo. Ese desprendimiento conlleva a beneficiar a todos.

Según como indican los autores Pin & Susaeta (2003) que la motivación trascendente, está exclusivamente vinculado con lo sobrenatural, enfatizando más lo sentimental y espiritual.

En concordancia con Bayser cuya definición respecto a la motivación es un estado interno que impulsa la conducta y, otros autores, quienes la conceptualizan, como una fuerza o energía para una dirección o propósito

específico. En ambos casos, se considera que la motivación está fuertemente influenciada por valores, creencias, estándares personales, interpretación de motivos y evaluación de las circunstancias. Por lo expuesto, se determinan que la motivación es el incentivo de un individuo y que está sujeto a las creencias y valores que poseen cada persona. Entonces si un distribuidor está a gusto con lo que tiene que hacer recibirá la recompensa con mucho placer y orgullo.

De manera general podemos observar en las investigaciones nacionales encontradas, los aportes de Ortega & Aguirre (2020) en su estudio con enfoque cuantitativo, experimental; quien tuvo como objetivo realizar un plan de mejora para la evaluación y desempeño de CER EIR en la ciudad de Cajamarca. Cuyos participantes de la encuesta toman conciencia de la importancia de recibir capacitación, puesto que el 91.7% de los trabajadores le gustaría ser capacitado para poder desempeñarse mejor.

En el presente estudio el programa de motivación a implementarse vendría siendo una especie de capacitación a las personas interesadas en mejorar su rendimiento empresarial de manera eficiente de manera individual y/o grupal.

Concluimos, definitivamente, que la implementación de un programa sí ayuda eficientemente con la mejora en el rendimiento empresarial de cualquier persona o empresa en los diferentes ámbitos ya mencionados.

## **VI. CONCLUSIONES**

Luego de finalizar con la investigación que lleva por tema “Programa de motivación para mejora del rendimiento empresarial en los distribuidores de una empresa multinivel en Trujillo, 2023”, se llegan a las siguientes conclusiones en el orden de los objetivos:

En relación al primer objetivo específico, se estableció, con un nivel de significancia inferior al 5%, que un programa de motivación mejora las ventas en los distribuidores de una empresa multinivel en Trujillo, concluyendo así que el programa mejoró significativamente las ventas.

En referencia al objetivo específico 2: se determinó, con una diferencia de 6.4 puntos del pretest al postest y nivel de significancia menor al 5% que un programa de motivación aumenta el número de afiliados en los distribuidores de una empresa multinivel en la ciudad de Trujillo.

En base al objetivo específico 3, se determinó, con 6.5 puntos de diferencia del pretest al postest y con nivel de significancia menor al 5%, que un programa de motivación incrementa el cheque mensual y quincenal en los distribuidores de una empresa multinivel en Trujillo,

Por último, para dar respuesta al objetivo general, se concluye que, es muy importante la implementación de un programa de motivación pues éste mejora significativamente el rendimiento empresarial de los distribuidores de la empresa multinivel en la ciudad de Trujillo, en el año 2023.

## VII. RECOMENDACIONES

El gerente general de la empresa multinivel debe promover programas de motivación y/o desarrollo personal con la finalidad de que todas las personas que logran ingresar a ese tipo de negocios se sientan mucho más motivados y empoderados, logrando alcanzar las metas trazadas por las que inicialmente se afiliaron.

Los líderes que tienen más tiempo dentro de la empresa deben promover programas de motivación a sus distribuidores dentro de sus líneas descendentes con el propósito que se sientan más comprometidos y entusiasmados, contribuyendo así a su crecimiento empresarial.

Se recomienda muy fervientemente mejorar también el liderazgo, en cada distribuidor asociado. Siendo éste una cualidad y factor muy relevante en la formación y conducción de equipos de trabajo, los cuales, forman la razón principal de este tipo de negocios, para que perdure en el tiempo, logrando así, la tan ansiada libertad financiera.

Otra recomendación, es prestar mayor atención al distribuidor del sexo femenino, quienes son la población más vulnerable, económicamente hablando, a nivel mundial, y están más presentes en este rubro de negocio; desarrollando y fortaleciendo en ellas un alto nivel de liderazgo para poder sostener dicho negocio y así poder dar mejor estilo de vida a sus respectivas familias, fomentando el empoderamiento femenino.

Finalmente, se recomienda que cada distribuidor asuma el reto y busque de manera individual aquello que le motivó iniciar en este negocio, y trabajar en ello, ya que queda demostrado, estadísticamente, que cuando aumenta la variable “motivación”, mejora la variable “rendimiento empresarial”.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abad, & Calderón. (2019). Factores motivacionales presentes en los empleados de cuatro empresas manufactureras más importantes de Cuenca-Ecuador. *Tesis de Bachiller*. Abad, Ecuador. <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/9325/1/14968.pdf>
- Aguilera, D. G. (2019). Estudio sobre la motivación laboral: una aplicación de la Teoría de la expectativa de Vroom. *Tesis de Doctoradp*. Universidad Católica de Murcia, España. <https://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/4220/Tesis.pdf?sequence=1&isAI>
- Aguirre. (2020). Intención emprendedora de los estudiantes universitarios para optar por las redes de mercadeo como modelo de negocio, Trujillo 2019. *Tesis de Licenciatura*. Universidad Cesar Vallejo, Trujillo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/52715/Mendoza\\_ALI-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/52715/Mendoza_ALI-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Alarcón, E. C. (2019). LA MOTIVACIÓN Y SU RELACIÓN CON EL DESEMPEÑO LABORAL EN LA EMPRESA ENVATUB S.A. DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA. *Tesis de Bachiller*. Universidad Pontifice de Ecuador, Ecuador. <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2877/1/77044.pdf>
- Alva. (2020). Liderazgo y su relación con el volumen de ventas en la red de mercadeo Teoma - Trujillo 2020. *Tesis de Licenciatura*. Universidad Cesar Vallejo, Trujillo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/52690/Alva\\_AJM-Carbonel\\_SJB-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/52690/Alva_AJM-Carbonel_SJB-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Asbari, M., Purwanto, A., & Santoso, P. B. (2019). Influence of Leadership, Motivation, Competence, Commitment and. *Scholars Journal of Economics, Business and Management*, 15(3), 1-6.

<https://doi.org/10.36347/sjebm.2019.v06i12.005>

Badali, M., Hatam, J., Banihashem, S. K., Rahimi, E., Norooz, O., & Eslami, Z. (2022). The role of motivation in MOOCs' retention rates: a systematic literature review. *Open Access*, 5(3), 1-20.

<https://doi.org/10.1186/s41039-022-00181-3>

Bartlett, W. (2023). The performance of politically connected firms in South East Europe: state capture or business capture? *POST-COMMUNIST ECONOMIES*, 35(5), 1-17.

<https://doi.org/10.1080/14631377.2023.2188694>

Bayser, S. E. (2022). Motivación y desempeño laboral en el personal de enfermería de una. *Salud, Ciencia y Tecnología*. 2022; 2:12, 2(12), 1-10.

<https://www.medigraphic.com/pdfs/salcietec/sct-2022/sct221f.pdf>

Cardoso, P., Dominguez, C., & Paiva, A. (2018). Hints to Improve Motivation in Construction Companies. *ScienceDirect*, 12(5), 1-8.

<https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.08.513>

Cayatopa, G. F. (2020). PROGRAMA DE MOTIVACIÓN EN LOS CONSULTORES DE UNA EMPRESA MULTINIVEL: CASO UP ESENCIA. *Tesis de Licenciatura*. UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO, Chiclayo.

[https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2623/1/TL\\_FarcequeCayatopaGisela.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2623/1/TL_FarcequeCayatopaGisela.pdf)

Centurión, J. L., & Agreda, P. R. (s.f.). FACTORES CRÍTICOS DE LA SATISFACCIÓN LABORAL DE LA FUERZA DE VENTAS DE LA DISTRIBUIDORA FARMACÉUTICA LA LIBERTAD S.R.L, TRUJILLO, 2020. *Tesis de Licenciatura*. Universidad Cesar Vallejo, Trujillo.

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/24941/Flores%20Centuri%20Jos%20Luis%20Narro%20Agreda%20Patricia%20Rosa%20Herminia.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Chin, K. P., & Lu, S. (2018). Organizational motivation, employee job satisfaction and organizational performance. *Maritime Business Review*, 38



3(18), 1-9.

<https://doi.org/10.1108/MABR-03-2018-0007>

Contreras, A. M. (2022). Satisfacción Laboral y Desempeño Laboral de los Colaboradores, en las Distribuidoras de Huevos, San Juan de Miraflores, 2021. *Tesis de Maestría*. Universidad Cesar Vallejo, Lima. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/81941/Contreras\\_AMI-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/81941/Contreras_AMI-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Cordova, M. D. (2021). "PROPUESTA DE MEJORA EN LA GESTIÓN ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA INDUSTRIAS ARCA SAC, TRUJILLO PERIODO 2020". *Tesis de Licenciatura*. Universidad Privada del Norte, Trujillo. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27322/Vallejos%20Cordova%2c%20Marisol%20Diana.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Diaz. (2021). El capital humano y la productividad de las empresas. *Torreon Universitario*, 11(30), 1-8. <https://camjol.info/index.php/torreon/article/view/13427/15549>

Diaz, A. A., & Avila, J. M. (2021). INFLUENCIA DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE ÚTILES ESCOLARES 2021". *Tesis de Licenciatura*. Universidad Privada del Norte, Trujillo. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/30303/Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Diaz-Becerra, O. A., Talla, J. H., & Cabañas, M. A. (2022). Analysis of the liquidity, solvency and profitability of the mining companies listed on the S&P/BVL Mining Index during the 2004–2020 period. *Multidisciplinary Business Review*, 16(1), 1-16. <https://doi.org/10.35692/07183992.16.1.7>

Espinosa, A. d. (2023). Teoría de la motivación de las expectativas y

productividad laboral aplicada a una distribuidora de productos de consumo masivo. *Tesis de Licenciatura*. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO, Ecuador.  
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/38830/1/759%20O.E..pdf>

Fernando, C. J., & Humberto, R. J. (2019). Propuesta de mejora del Proceso Logístico del área de distribución para contribuir en el servicio al cliente de la Distribuidora del Norte en la sede Piura — año 2018. *Tesis de Licenciatura*. Universidad Cesar Vallejo, Pura.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/42870/Carrillo\\_J\\_GF-Rivera\\_JAH.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/42870/Carrillo_J_GF-Rivera_JAH.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Firmansyah, D., Wahdiniwaty, R., & Budiarti, I. (2023). Entrepreneurial Performance Model:A Business Perspective in the Digital Economy Era. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Ekonomi*, 4(2), 1-26.  
<https://doi.org/https://journal.jis-institute.org/index.php/jbme/article/view/1106/720>

Gao, L. (2023). Contemporary american literature in Online Learning:fostering Reading Motivation and Student Engagement. *Education and Information Technologies*, 28(2), 1-16. <https://doi.org/10.1007/s10639-022-11329-5>

Guzmán, G. M., Castro, S. Y., & Toro, R. J. (2023). Lean manufacturing is the financial performance and sustainable finances problems solution? . *TEC Empresarial*, 17(3), 1-19. <https://doi.org/10.18845/te.v17i3.6846>

Istraživanja, E. R.-E. (2023). Bibliometric analysis of sustainable business performance: where are we going? A science map of the field. *Cristina Bota-Avram*, 23(5), 1-41.  
<https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2096094>

Jose, R. J. (2021). Enhancing Staff's Work Motivation in Vietnamese Companies. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(14), 1-9. <https://doi.org/11325-Article%20Text-21279-1-10->

20220116.pdf

Lan, T. T., Duc, L. D., Hai, N. H., Tuan, D. H., & Thanh, V. K. (2022). The

entrepreneurial pathway of Vietnamese super-rich: the sources of their successful business performance. *Entrepreneurship and Small Business, 23*(3), 1-17. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2016.077576>.

Mendez. (2018). Percepción del marketing multinivel en los promotores de empresas multiniveles: un estudio comparativo de Herbalife y Fuxion, Trujillo 2018. *Tesis*

de *Licenciatura*. Universidad Cesar Vallejo, Trujillo.

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26747/mendez\\_gj.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26747/mendez_gj.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Mendoza, L. M. (2022). Mercadeo digital como herramienta de posicionamiento de las empresas colombianas. Una revisión de la literature. *Revista Científica, 23*(2), 1-15. <http://www.revistaanfibios.org/ojs/index.php/afb/article/view/114/150>

Mensah, K., Boye, E., & Tawiah, A. (2018). Employee motivation and work performance: A comparative study of mining companies in Ghana. *Journal of Industrial Engineering and Management, 9*(1), 1-56.

<https://doi.org/10.3926/jiem.1530>

Moreno, J. E., & Valencia, D. A. (2020). "PROPUESTA DE MEJORA EN LAS ÁREAS DE PRODUCCIÓN Y MANTENIMIENTO PARA REDUCIR LOS COSTOS OPERATIVOS DE LA LÍNEA DE PRODUCCIÓN DE SEMIRREMOLQUES PLATAFORMA EN LA EMPRESA BONA LOGISTIC E.I.R.L.". *Tesis de Bachiller*. Universidad Privada delNorte, Trujillo.

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/24736/Aliaga%20Moreno%20Jorge%20Eduardo%20->

%20Anticona%20Valencia%20Diego%20Alberto.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Muhamad, L. F., Bakti, R., Febriyantoro, M. T., Kraugusteeliana, & Ausat, A. M. (2023). DO INNOVATIVE WORK BEHAVIOR AND ORGANIZATIONAL COMMITMENT CREATE BUSINESS PERFORMANCE: A LITERATURE REVIEW .

*Communnity Development Journal*, 4(1), 1-8.

<https://doi.org/https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/12479/9532>

Norman, G., D. Streirner. (1998). *Bioestadística*. México: Harcourt-Brace.

Ortega, C. B., & Aguirre, S. d. (2020). "IMPLEMENTAR UN PLAN DE MEJORA PARA LOS PROGRAMAS DE FORMACIÓN Y EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO PARA LA EMPRESA CER EIRL CAJAMARCA EN EL AÑO 2020". *Tesis de Licenciatura*. Universidad Privada del Norte, Cajamarca.

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/24691/Medina%20Ortega%2c%20Claudia%20Beatriz%20-%20Quiliche%20Aguirre%2c%20Sandra%20del%20Rocio.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Padovan, I. (2020). TEORÍAS DE LA MOTIVACIÓN. *Tesis de licenciatura*. Universidad Nacional del Cuyo, Mendoza.

[https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/15664/teorias-de-la-motivacin.-aplicacin-prctica.pdf](https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/15664/teorias-de-la-motivacin.-aplicacin-prctica.pdf)

Panarina, E. (2023). The impact of customer and entrepreneuroriented marketing on business performance: an empirical evidence of SMEs in Russia. *The Anáhuac Journal*, 23(1), 1-22.

<https://doi.org/10.36105/theanahuacjour.2023v23n1.02>

Pineda, E., Alvarado, E. (2008). *Metodología de Investigación*. Washington: Organización Panamericana de la Salud.

Piñero, C. E. (2023). Estudio del nivel de motivación de los trabajadores que 42

laboran en la modalidad de trabajo a distancia en una empresa industrial ubicada en la Ciudad de México. *Tesis de Maestría*. Universidad de Veracruzana, México.

<https://cdigital.uv.mx/bitstream/handle/1944/52911/HernandezPinteroCarlos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Research, I. J. (2018). Effect of Motivation on Employee Productivity: A Study of Manufacturing Companies in Nnewi. *International Journal of Managerial Studies and Research*, 2(7), 1-11.

[https://doi.org/https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/47344779/sheri\\_report-libre.pdf?1468919522=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEffect\\_of\\_Motivation\\_on\\_Employee\\_Productivity.pdf&Expires=1701266563&Signature=OiV-Tro6EGi2YpAMede3R9fRhXOfIGJJw6WFXu--nA2N4BHIK](https://doi.org/https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/47344779/sheri_report-libre.pdf?1468919522=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEffect_of_Motivation_on_Employee_Productivity.pdf&Expires=1701266563&Signature=OiV-Tro6EGi2YpAMede3R9fRhXOfIGJJw6WFXu--nA2N4BHIK)

Rodriguez. (2021). EL DESEMPEÑO ADAPTATIVO IMPLICACIONES PARA LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN EL SECTOR PÚBLICO. *AZTERLANAK*, 1(20), 1-22.

file:///C:/Users/Heidi/Downloads/Rodriguez%20&\_8\_29.pdf

Salirrosas, M. L. (2021). "LA INFLUENCIA DE LA MOTIVACIÓN EN EL DESEMPEÑO LABORAL DEL PERSONAL QUE TRABAJA EN LA EMPRESA CORPORACIÓN MACROCHIPS S.A.C., TRUJILLO, 2021". *Tesis de Licenciatura*. Universidad Privada del Norte, Trujillo.

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/28950/Garcia%20Salirrosas%2c%20Maria%20Lucy.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Siregar, F. P., Darmayanti, M., Putra, B. A., Nurrzai, A., & Ilham, R. N. (2019). ANALYSIS OF CAPITAL AND CREDIT ASSISTANCE FOR MICRO-BUSINESS GROUPS BY THE SHARIA EMPLOYEE COOPERATIVE OFFICE OF PT. ISKANDAR MUDA FERTILIZER LHOKSEUMAWE CITY THE SHARIA EMPLOYEE COOPERATIVE OFFICE OF PT. ISKANDAR MUDA FERTILIZER LHOKSEUMAWE CITY. *Journal of Accounting Research, Utility Finance and Digital Assets*, 23(4), 1-6.

<https://doi.org/https://radjapublika.com/index.php/IJEBAS/article/view/27>

Solórzano, J. D. (2023). Desempeño laboral y calidad de servicio en. *Tesis de Licenciatura*. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO, Ecuador.  
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/37698/1/029%20AE.pdf>

SZEIDL, J. C. (2023). INTERFIRM RELATIONSHIPS AND BUSINESS. *QUARTERLY JOURNAL OF ECONOMICS*, 133(3), 1-54.  
<https://doi.org/10.1093/qje/qjx049>

Taouab, O. (2019). Firm Performance: Definition and Measurement. *European Scientific Journal*, 15(1), 1-14. <https://doi.org/10.19044/esj2019.v15n1p93>

Tien, N. H. (2019). Staff motivation policy of foreign companies in Vietnam. *International Journal of Research in Human Resource Management*, 15(2), 1-4. [https://doi.org/https://www.researchgate.net/profile/Nguyen-Tien-32/publication/338719375\\_Staff\\_motivation\\_policy\\_of\\_foreign\\_companies\\_in\\_Vietnam/links/635520a696e83c26eb487479/Staff-motivation-policy-of-foreign-companies-in-Vietnam.pdf](https://doi.org/https://www.researchgate.net/profile/Nguyen-Tien-32/publication/338719375_Staff_motivation_policy_of_foreign_companies_in_Vietnam/links/635520a696e83c26eb487479/Staff-motivation-policy-of-foreign-companies-in-Vietnam.pdf)

Udriyah, Tham, J., & Azam, F. (2019). The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile SMEs. *Management Science Letters*, 9(2), 1-10. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.009>

Vesco, D. G. (2023). Effects of intellectual capital and management control systems on organizational performance mediated by cooperation in the franchising system Ilse Maria Beuren. *Brazilian Business Review*, 20(6), 1-17. <https://doi.org/10.15728/bbr.2021.1042>.

## ANEXOS

### **Anexo 1: Consentimiento Informado de participantes de la encuesta**

Mediante la presente declaro que he sido informado de la encuesta que se me va aplicar y de sus alcances de la misma, que será materia prima y de uso exclusivo para la tesis titulada: “Programa de motivación para la mejora del rendimiento empresarial en los distribuidores de una multinivel en Trujillo, 2023” a cargo de la tesista Moreno Vega, Alicia Giovana y confío del manejo ético del mismo.

Fecha

--

Firma

DNI

## Anexo 2: Matriz de operacionalización

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Motivación	La motivación es un estado interno que provoca una conducta como los motivos que generan comportamientos, que desencadenan en acciones. Algunos autores conciben la motivación como una fuerza. La motivación es el empleo de energía en una dirección específica y para un fin específico. (Bayser, 2022)	La variable motivación se define operacionalmente como impulsos que motivan a seguir adelante y tiene las siguientes dimensiones: Motivación Extrínseca, Motivación Intrínseca, Motivación Trascendente y cuyos valores son: Malo (00-10 p), Regular (11-14 p) y Bueno (15-20 p)	Extrínseca	1,2,3,4,5,6,7	NOMINAL  ESCALA DE LIKERT  1. Totalmente en desacuerdo  2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo
			Intrínseca	8,9,10,11,12	
			Trascendente	13,14,15,16,17	
Rendimiento empresarial	Consideran al rendimiento como una medida de desempeño que se interpreta con el crecimiento de las utilidades, aumento de participación en el mercado y/o aumento en el número de empleados, quienes consideran que el rendimiento se mide a partir de indicadores financieros como ROI, ROA, crecimiento de las ventas y éxito en el desarrollo de nuevos productos y/o servicios (Saavedra, 2022)	El rendimiento empresarial (también conocido como productividad) es la relación que existe entre los resultados obtenidos, los métodos que se han utilizado para conseguirlos, el tiempo empleado para ello y los recursos invertidos. Dentro de esa ecuación el elemento más variable es el factor humano, es decir, el trabajador, ya que en función de su motivación, sus habilidades y su capacidad de organización y estrategia podrá optimizar o no el desempeño y así mejorar el rendimiento general de la empresa.	Ventas	18,19,20,21,22	
			Afiliación	23,24,25,26,27	
			Cheque	28,29,30,31,32	



### Anexo 3: Matriz de consistencia

PREGUNTA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	
¿De qué manera un programa de motivación mejora el rendimiento empresarial en los distribuidores de la empresa Omnilife en Trujillo, 2023?	<p><b>Objetivo general:</b> Determinar de qué manera un programa de motivación ayuda a mejorar el rendimiento empresarial en los distribuidores en la empresa Omnilife en Trujillo, 2023.</p>	<p><b>Hipótesis general:</b> <b>H1:</b> Un programa de motivación mejora el rendimiento empresarial de los distribuidores de la empresa Omnilife en Trujillo, año 2023. <b>H01:</b> Un programa de motivación <b>no</b> mejora el rendimiento empresarial de los distribuidores de la empresa Omnilife en Trujillo, año 2023.</p>		Extrínseco	1,2,3,4,5,6,7		
	<p><b>Objetivo específico:</b> <b>O1:</b> Determinar de qué manera un programa de motivación ayuda a mejorar el monto total de las ventas de los distribuidores de la empresa Omnilife en Trujillo, 2023.</p>	<p><b>Hipótesis específicas:</b> <b>H2:</b> Un programa de motivación mejora las ventas en los distribuidores de la empresa Omnilife en Trujillo, año 2023. <b>H02:</b> Un programa de motivación no mejora las ventas en los distribuidores de la empresa Omnilife en Trujillo, año 2023.</p>	Motivación	Intrínseco	8,9,10,11,12	Cuestionario	
	<p><b>O2:</b> Determinar de qué manera el programa de motivación ayuda a aumentar el número de afiliados en los distribuidores de la empresa Omnilife en Trujillo, 2023.</p>	<p><b>H3:</b> Un programa de motivación aumenta el número de afiliados de los distribuidores de la empresa Omnilife en Trujillo, año 2023. <b>H03:</b> Un programa de</p>			Trascendente	13,14,15,16,17	
	<p><b>O3:</b> Determinar de qué manera un programa de motivación ayuda a aumentar el cheque mensual en los</p>		Rendimiento empresarial	Afiliados	Ventas	18,19,20,21,22	

---

<p>distribuidores de la empresa Omnilife en Trujillo, 2023.</p>	<p>motivación no aumenta el número de afiliados de los distribuidores de la empresa Omnilife en Trujillo, año 2023</p> <p><b>H4:</b> Un programa de motivación aumenta el cheque de los distribuidores de la empresa Omnilife en Trujillo, año 2023.</p> <p><b>H04:</b> Un programa de motivación no aumenta el cheque de los distribuidores de la empresa Omnilife en Trujillo, año 2023.</p>	<p>Cheque</p>	<p>28,29,30,31,32</p>
---	--	---------------	-----------------------

---

## Anexo 4: Constancia de Originalidad de Turnitin

feedback studio ALICIA GIOVANA MORENO VEGA Programa de motivación para la mejora del rendimiento empresarial en los distribuidores de una empresa multinivel en Trujillo, 2\_ -- /0 < 3 de 20 > ?



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**  
**ESCUELA DE POSGRADO**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE MAestrÍA EN**  
**ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

**Programa de motivación para la mejora del rendimiento empresarial**  
**en los distribuidores de una empresa multinivel en Trujillo, 2023**

**AUTORA:**  
Ing. Moreno Vega, Alicia Giovana (<https://orcid.org/0009-0008-8001-0466>)

**ASESORA:**  
Mgtr. Barrera Correa, Angie (<https://orcid.org/0000-0003-1406-9706>)

**ASESOR:**  
Mg. Benites Allaga, Ricardo Steiman (<https://orcid.org/0000-0002-8819-1651>)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**  
Modelo y Herramientas Gerenciales

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA**  
Desarrollo Económico, empleo y emprendimiento

**TRUJILLO - PERÚ**  
**2023**

Página: 1 de 37 Número de palabras: 9148 Versión solo texto del informe | Alta resolución Activado

**Resumen de coincidencias** X

**18 %**

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés

**Coincidencias**

1	repositorio.ucv.edu.pe	5 %	>
2	Entregado a Universida...	5 %	>
3	hdl.handle.net	2 %	>
4	repositorio.upn.edu.pe	1 %	>
5	tesis.usat.edu.pe	1 %	>
6	dspace.unitru.edu.pe	1 %	>
7	Entregado a Universida...	<1 %	>
8	repositorio.uct.edu.pe	<1 %	>
9	repositorio.unapiquitos...	<1 %	>
10	www.foroconsultivo.or...	<1 %	>
11	es.scribd.com	<1 %	>



**Anexo 5: Instrumento de recolección de datos:**

**VARIABLE 1: MOTIVACIÓN**

CUESTIONARIO DE PROGRAMA DE MOTIVACIÓN PARA LA MEJORA DEL RENDIMIENTO EMPRESARIAL EN LOS DISTRIBUIDORES DE UNA MULTINIVEL EN TRUJILLO, 2023

INSTRUCCIONES: A continuación, llene los datos referentes a Ud. Responda cada una de las preguntas marcando en el recuadro que crea correspondiente:

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indefinido	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
TD	D	I	DA	TA
1	2	3	4	5

N°	PREGUNTA	ESCALA				
<b>Variable: Motivación</b>		<b>ESCALA</b>				
<b>Dimensión 1: Extrínseco</b>		<b>TD</b>	<b>D</b>	<b>I</b>	<b>A</b>	<b>TA</b>
1	La motivación del líder te inspira a seguir vendiendo.					
2	La motivación del líder te ayuda a tener mejores resultados.					
3	Los beneficios económicos que brinda la empresa te satisfacen.					
4	La buena relación con tu equipo logra mejores ingresos.					
5	La técnica que utilizas para motivar nuevos prospectos, logrará mejores resultados.					
6	Los beneficios de la empresa motivan a tu equipo a ser más eficientes.					
7	La buena atención del líder tiene una mejor influencia en el trabajo en equipo.					
<b>Dimensión 2: Intrínseco</b>		<b>TD</b>	<b>D</b>	<b>I</b>	<b>A</b>	<b>TA</b>
8	Mis cualidades, inspiran a mis afiliados.					
9	El crecimiento del líder me motiva a seguir vendiendo dentro de la empresa.					
10	La motivación de la empresa es muy importantes para un mejor desarrollo empresarial.					
11	Las cualidades de un líder son moldeables.					
12	Dispongo un porcentaje de mi ganancia en la capacitación de mi personal.					
<b>Dimensión 3: trascendente</b>						
13	Dispongo parte de mi tiempo para satisfacer a mi equipo.					
14	Las reuniones de esparcimiento fortalecen el vínculo con el equipo					
15	Los vínculos de amistad ayudan a incrementar el número de afiliados.					
16	El crecimiento del equipo fortalece mi autoestima emocional.					
17	El esparcimiento de mi equipo me genera más afiliados.					



**VARIABLE 2: RENDIMIENTO EMPRESARIAL**

CUESTIONARIO DE PROGRAMA DE MOTIVACIÓN PARA LA MEJORA DEL RENDIMIENTO EMPRESARIAL EN LOS DISTRIBUIDORES DE UNA MULTINIVEL EN TRUJILLO, 2023

INSTRUCCIONES: A continuación, llene los datos referentes a Ud. Responda cada una de las preguntas marcando en el recuadro que crea correspondiente:

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indefinido	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
TD	D	I	DA	TA
1	2	3	4	5

<b>DIMENSIÓN 1: VENTAS</b>		<b>Escala</b>				
		<b>TD</b>	<b>D</b>	<b>I</b>	<b>A</b>	<b>TA</b>
<b>18</b>	Las ventas están acorde a mi esfuerzo.					
<b>19</b>	Planifico el número de ventas.					
<b>20</b>	Las ventas me proporcionan un buen status.					
<b>21</b>	Mis ventas mensuales van en crecimiento los últimos tres meses.					
<b>22</b>	Tu capacidad de ventas es mejor al que has obtenido hasta el momento.					
<b>DIMENSIÓN 2: AFILIACIÓN</b>		<b>Escala</b>				
<b>23</b>	Me siento satisfecho con la cantidad de afiliados que tengo hasta el momento.					
<b>24</b>	El crecimiento de los afiliados, te generan mayores ganancias.					
<b>25</b>	El trabajo eficiente de mi equipo me genera mejor satisfacción a corto plazo.					
<b>26</b>	Realizar actividades de integración me permite integrar a nuevos afiliados.					
<b>27</b>	La capacitación constante, me permite expandir mi equipo de trabajo.					
<b>DIMENSION 3: CHEQUE</b>		<b>ESCALA</b>				
		<b>TD</b>	<b>D</b>	<b>I</b>	<b>A</b>	<b>TA</b>
<b>28</b>	Los cheques están de acuerdo a tu esfuerzo y tiempo					
<b>29</b>	Las ganancias superan tus perspectivas personales.					
<b>30</b>	La forma de pago es más factible para el equipo.					
<b>31</b>	La dedicación del tiempo, va acorde con los ingresos mensuales					
<b>32</b>	Está conforme con los cheques obtenidos los últimos tres meses.					





4. **Soporte teórico**

Variable	Sub escala (dimensiones)	Indicadores	Definición
Motivación laboral	Extrínseco	Motivación de liderazgo.	La motivación es un estado interno que provoca una conducta como los motivos que generan comportamientos, que desencadenan en acciones. Algunos autores conciben la motivación como una fuerza. La motivación es el empleo de energía en una dirección específica y para un fin específico. (Bayser, 2022).
		Beneficio económico	
		Relación de equipo	
		Beneficios	
		Atención	
	Intrínseco	Crecimiento	
		Desarrollo profesional	
		Capacitación	
		Cualidades	
	Transcendente	Satisfacción.	
		Vínculos institucionales	
		Crecimiento	



**5. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario “Motivación laboral” elaborado por Moreno Vega, Alicia Giovana en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente*

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel





**Constancia de validez de contenido del cuestionario para evaluar la motivación laboral.**

Nº	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones (Recomendaciones)
<b>Dimensión 1: Extrínseco.</b>					
1	La motivación del líder te inspira a seguir vendiendo.	4	4	4	
2	La motivación del líder te ayuda a tener mejores resultados.	3	4	4	
3	Los beneficios económicos que brinda la empresa te satisfacen.	4	4	4	
4	La buena relación con tu equipo logra mejores ingresos.	4	3	4	
5	La técnica que utilizas para motivar nuevos prospectos, logrará mejores resultados.	4	4	4	
6	Los beneficios de la empresa motivan a tu equipo a ser más eficientes.	3	4	4	
7	La buena atención del líder tiene una mejor influencia en el trabajo en equipo.	4	4	3	
<b>Dimensión 2: Intrínseco.</b>					
8	Mis cualidades, inspiran a mis afiliados.	4	4	3	
9	El crecimiento del líder me motiva a seguir vendiendo dentro de la empresa.	4	4	4	
10	La motivación de la empresa es muy importante para un mejor desarrollo empresarial.	4	4	4	
11	Las cualidades de un líder son moldeables.	4	4	3	
12	Dispongo un porcentaje de mi ganancia en la capacitación de mi personal.	4	4	4	
<b>Dimensión 3: Transcendente.</b>					
13	Dispongo parte de mi tiempo para satisfacer a mi equipo.	4	4	4	
14	Las reuniones de esparcimiento fortalecen el vínculo con el equipo.	4	4	4	
15	Los vínculos de amistad ayudan a incrementar el número de afiliados.	4	4	4	
16	El crecimiento de un equipo fortalece mi autoestima emocional.	3	4	4	
17	Es esparcimiento de mi equipo me genera más afiliados.	4	4	4	

Observaciones: .....

**Opinión de aplicabilidad: - Aplicable (X); - Aplicable después de corregir ( ); No aplicable ( )**

Trujillo, 16 de Noviembre del 2023

---

Mg. Luis Javier Alexander Cavero Alba  
 DNI: 47204752 / ORCID: 0000-0001-9209-9551





9. **Soporte teórico**

Variable	Sub escala (dimensiones)	Indicadores	Definición
Rendimiento empresarial	Ventas	Esfuerzo.	Consideran al rendimiento como una medida de desempeño que se interpreta con el crecimiento de las utilidades, aumento de participación en el mercado y/o aumento en el número de empleados quienes consideran que el rendimiento se mide a partir de indicadores financieros como ROI, ROA, crecimiento de las ventas y éxito en el desarrollo de nuevos productos y/o servicios. (Saavedra, 2022).
		Planificación	
		Status	
		Crecimiento	
		Capacidad de ventas	
	Afilación	Satisfacción	
		Crecimiento de afiliados	
		Integración	
		Equipo de trabajo	
	Cheque	Esfuerzo y tiempo.	
		Ganancias	
		Ingresos	



**10. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario “Rendimiento empresarial” elaborado por Moreno Vega, Alicia Giovana en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente*

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel



**Constancia de validez de contenido del cuestionario para evaluar el rendimiento empresarial.**

Nº	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones (Recomendaciones)
<b>Dimensión 1: Ventas.</b>					
1	Las ventas están acorde a mi esfuerzo.	4	4	4	
2	Planifico el número de ventas.	4	4	4	
3	Las ventas me proporcionan un buen status.	4	4	4	
4	Mis ventas mensuales van en crecimiento los últimos tres meses.	4	4	4	
5	Tu capacidad de ventas es mejor al que has obtenido hasta el momento.	4	4	4	
<b>Dimensión 2: Afiliación.</b>					
6	Me siento satisfecho con la cantidad de afiliados que tengo hasta el momento.	4	4	4	
7	El crecimiento de los afiliados, te generan mayores ganancias.	4	4	4	
8	El trabajo eficiente de mi equipo me genera mejor satisfacción a corto plazo.	4	4	4	
9	Realizar actividades de integración me permite integrar a nuevos afiliados.	4	4	4	
10	La capacitación constante, me permite expandir mi equipo de trabajo.	4	4	3	
<b>Dimensión 3: Cheque.</b>					
11	Los cheques están de acuerdo a tu esfuerzo y tiempo	4	4	3	
12	Las ganancias superan tus perspectivas personales.	4	4	4	
13	La forma de pago es más factible para el equipo.	4	4	4	
14	La dedicación del tiempo, va acorde con los ingresos mensuales	4	4	4	
15	Está conforme con los cheques obtenidos los últimos tres meses.	4	4	4	

Observaciones: .....

**Opinión de aplicabilidad: - Aplicable (X); - Aplicable después de corregir ( ); No aplicable ( )**

Trujillo, 06 de noviembre del 2023

---

Mg. Luis Javier Alexander Cavero Alba  
DNI: 47204752 / ORCID: 0000-0001-9209-9551



### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el cuestionario “Motivación laboral”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 11. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Flores Pichón, Karen Roxana		
<b>Grado profesional:</b>	Maestría (X)	Doctor	( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )	Social	(X)
	Educativa (X)	Organizacional	(X)
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Docencia		
<b>Institución donde labora:</b>	UPAO		
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( )	Más de 5 años (X)	
<b>Experiencia en Investigación Psicométrica:</b> (si corresponde)	No		

#### 12. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 13. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Cuestionario de motivación laboral
<b>Autora:</b>	Moreno Vega, Alicia Giovana
<b>Procedencia:</b>	Trujillo
<b>Administración:</b>	Individual
<b>Tiempo de aplicación:</b>	15 minutos
<b>Ámbito de aplicación:</b>	Trujillo
<b>Significación:</b>	Dimensiones: Dimensión 1: Extrínseco (ítems: 1 - 7). Dimensión 2: Intrínseco (ítems: 8 - 12). Dimensión 3: Transcendente (ítems: 13 - 17). Escala de Likert: Totalmente en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Indefinido, (3), De acuerdo (4), y Totalmente de acuerdo (5).



14. Soporte teórico

Variable	Sub escala (dimensiones)	Indicadores	Definición
Motivación laboral	Extrínseco	Motivación de liderazgo.	La motivación es un estado interno que provoca una conducta como los motivos que generan comportamientos, que desencadenan en acciones. Algunos autores conciben la motivación como una fuerza. La motivación es el empleo de energía en una dirección específica y para un fin específico. (Bayser, 2022).
		Beneficio económico	
		Relación de equipo	
		Beneficios	
		Atención	
	Intrínseco	Crecimiento	
		Desarrollo profesional	
		Capacitación	
		Cualidades	
	Transcendente	Satisfacción.	
		Vínculos institucionales	
		Crecimiento	



**15. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario “Motivación laboral” elaborado por Moreno Vega, Alicia Giovana en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente*

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel





**Constancia de validez de contenido del cuestionario para evaluar la motivación laboral.**

Nº	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones (Recomendaciones)
<b>Dimensión 1: Extrínseco.</b>					
1	La motivación del líder te inspira a seguir vendiendo.	4	4	4	
2	La motivación del líder ayuda a tener mejores resultados.	3	4	4	
3	Los beneficios económicos que brinda la empresa te satisfacen.	4	4	4	
4	La buena relación con tu equipo logra mejores ingresos.	4	3	4	
5	La técnica que utilizas para motivar nuevos prospectos, lograra mejores resultados.	4	4	4	
6	Los beneficios de la empresa motivan a tu equipo a ser más eficientes.	3	4	4	
7	La buena atención del líder tiene una mejor influencia en el trabajo en equipo.	4	4	3	
<b>Dimensión 2: Intrínseco.</b>					
8	Mis cualidades, inspiran a mis afiliados.	4	4	3	
9	El crecimiento del líder me motiva a seguir vendiendo dentro de la empresa.	4	4	4	
10	La motivación de la empresa es muy importante para un mejor desarrollo empresarial.	4	4	4	
11	Las cualidades de un líder son moldeables.	4	4	3	
12	Dispongo un porcentaje de mi ganancia en la capacitación de mi personal.	4	4	4	
<b>Dimensión 3: Transcendente.</b>					
13	Dispongo parte de mi tiempo para satisfacer a mi equipo.	4	4	4	
14	Las reuniones de esparcimiento fortalecen el vínculo con el equipo	4	4	4	
15	Los vínculos de amistad ayudan a incrementar el número de afiliados.	4	4	4	
16	El crecimiento de un equipo fortalece mi autoestima emocional.	3	4	4	
17	Es esparcimiento de mi equipo me genera más afiliados.	4	4	4	

Observaciones: .....

**Opinión de aplicabilidad: - Aplicable (X); - Aplicable después de corregir ( ); No aplicable ( )**

Trujillo, 14 de noviembre del 2023

Mg. Flores Pichon, Karen Roxana

DNI: 46703863// ORCID: 0000-0001-7589-4027



### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el cuestionario “Rendimiento empresarial”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 16. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Flores Pichón, Karen Roxana		
<b>Grado profesional:</b>	Maestría (X)	Doctor	( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )	Social	(X)
	Educativa (X)	Organizacional	(X)
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Docencia		
<b>Institución donde labora:</b>	UPAO		
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( )		
	Más de 5 años (X)		
<b>Experiencia en Investigación Psicométrica:</b> (si corresponde)	No		

#### 17. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 18. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Cuestionario de Rendimiento empresarial
<b>Autora:</b>	Moreno Vega, Alicia Giovana
<b>Procedencia:</b>	Trujillo
<b>Administración:</b>	Individual
<b>Tiempo de aplicación:</b>	15 minutos
<b>Ámbito de aplicación:</b>	Trujillo
<b>Significación:</b>	Dimensiones: Dimensión 1: Ventas (ítems: 1 - 5). Dimensión 2: Afiliación (ítems: 6 - 10). Dimensión 3: Cheque (ítems: 11 - 15). Escala de Likert: Totalmente en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Indefinido, (3), De acuerdo (4), y Totalmente de acuerdo (5).



19. **Soporte teórico**

Variable	Sub escala (dimensiones)	Indicadores	Definición
Rendimiento empresarial	Ventas	Esfuerzo.	Consideran al rendimiento como una medida de desempeño que se interpreta con el crecimiento de las utilidades, aumento de participación en el mercado y/o aumento en el número de empleados quienes consideran que el rendimiento se mide a partir de indicadores financieros como ROI, ROA, crecimiento de las ventas y éxito en el desarrollo de nuevos productos y/o servicios. (Saavedra, 2022).
		Planificación	
		Status	
		Crecimiento	
		Capacidad de ventas	
	Afilación	Satisfacción	
		Crecimiento de afiliados	
		Integración	
		Equipo de trabajo	
	Cheque	Esfuerzo y tiempo.	
		Ganancias	
		Ingresos	



**20. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario “Rendimiento empresarial” elaborado por Moreno Vega, Alicia Giovana en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente*

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel



**Constancia de validez de contenido del cuestionario para evaluar el rendimiento empresarial.**

Nº	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones (Recomendaciones)
<b>Dimensión 1: Ventas.</b>					
1	Las ventas están acorde a mi esfuerzo.	4	4	4	
2	Planifico el número de ventas.	4	4	4	
3	Las ventas me proporcionan un buen status.	4	4	4	
4	Mis ventas mensuales van en crecimiento los últimos tres meses.	4	4	4	
5	Tu capacidad de ventas es mejor al que has obtenido hasta el momento.	4	4	4	
<b>Dimensión 2: Afiliación.</b>					
6	Me siento satisfecho con la cantidad de afiliados que tengo hasta el momento.	4	4	4	
7	El crecimiento de los afiliados, te generan mayores ganancias.	4	4	4	
8	El trabajo eficiente de mi equipo me genera mejor satisfacción a corto plazo.	4	4	4	
9	Realizar actividades de integración me permite integrar a nuevos afiliados.	4	4	4	
10	La capacitación constante, me permite expandir mi equipo de trabajo.	4	4	3	
<b>Dimensión 3: Cheque.</b>					
11	Los cheques están de acuerdo a tu esfuerzo y tiempo	4	4	3	
12	Las ganancias superan tus perspectivas personales.	4	4	4	
13	La forma de pago es más factible para el equipo.	4	4	4	
14	La dedicación del tiempo, va acorde con los ingresos mensuales	4	4	4	
15	Está conforme con los cheques obtenidos los últimos tres meses.	4	4	4	

Observaciones: .....

**Opinión de aplicabilidad: - Aplicable (X); - Aplicable después de corregir ( ); No aplicable ( )**

Trujillo, 14 de Noviembre del 2023

Mg. Flores Pichon, Karen Roxana  
DNI: 46703863// ORCID: 0000-0001-7589-4027





24. Soporte teórico

Variable	Sub escala (dimensiones)	Indicadores	Definición
Motivación laboral	Extrínseco	Motivación de liderazgo.	La motivación es un estado interno que provoca una conducta como los motivos que generan comportamientos, que desencadenan en acciones. Algunos autores conciben la motivación como una fuerza. La motivación es el empleo de energía en una dirección específica y para un fin específico. (Bayser, 2022).
		Beneficio económico	
		Relación de equipo	
		Beneficios	
		Atención	
	Intrínseco	Crecimiento	
		Desarrollo profesional	
		Capacitación	
		Cualidades	
	Transcendente	Satisfacción.	
		Vínculos institucionales	
		Crecimiento	



**25. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario “Motivación laboral” elaborado por Moreno Vega, Alicia Giovana en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente*

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel





**Constancia de validez de contenido del cuestionario para evaluar la motivación laboral.**

Nº	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones (Recomendaciones)
<b>Dimensión 1: Extrínseco.</b>					
1	La motivación del líder te inspira a seguir vendiendo.	4	4	4	
2	La motivación del líder ayuda a tener mejores resultados.	3	4	4	
3	Los beneficios económicos que brinda la empresa te satisfacen.	4	4	4	
4	La buena relación con tu equipo logra mejores ingresos.	4	3	4	
5	La técnica que utilizas para motivar nuevos prospectos, logrará mejores resultados.	4	4	4	
6	Los beneficios de la empresa motivan a tu equipo a ser más eficientes.	3	4	4	
7	La buena atención del líder tiene una mejor influencia en el trabajo en equipo.	4	4	3	
<b>Dimensión 2: Intrínseco.</b>					
8	Mis cualidades, inspiran a mis afiliados.	4	4	3	
9	El crecimiento del líder me motiva a seguir vendiendo dentro de la empresa.	4	4	4	
10	La motivación de la empresa es muy importante para un mejor desarrollo empresarial.	4	4	4	
11	Las cualidades de un líder son moldeables.	4	4	3	
12	Dispongo un porcentaje de mi ganancia en la capacitación de mi personal.	4	4	4	
<b>Dimensión 3: Transcendente.</b>					
13	Dispongo parte de mi tiempo para satisfacer a mi equipo.	4	4	4	
14	Las reuniones de esparcimiento fortalecen	4	4	4	
15	Los vínculos de amistad ayudan a incrementar el número de afiliados.	4	4	4	
16	El crecimiento de un equipo fortalece mi autoestima emocional.	3	4	4	
17	Es esparcimiento de mi equipo me genera más afiliados.	4	4	4	

Observaciones: .....

**Opinión de aplicabilidad: - Aplicable (X); - Aplicable después de corregir ( ) ; No aplicable ( )**

Trujillo, 14 de Noviembre del 2023

---

Mg. José Luis Otiniano Otiniano  
DNI: 44928993/ ORCID: 0000-0002-0196-3138



### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el cuestionario “Rendimiento empresarial”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

**26. Datos generales del juez**

<b>Nombre del juez:</b>	José Luis Otiniano Otiniano		
<b>Grado profesional:</b>	Maestría (X)	Doctor	( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )	Social	(X)
	Educativa (X)	Organizacional	(X)
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Docencia		
<b>Institución donde labora:</b>	UPAO		
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( )		
	Más de 5 años (X)		
<b>Experiencia en Investigación Psicométrica:</b> (si corresponde)	No		

**27. Propósito de la evaluación:**

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

**28. Datos de la escala** (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Cuestionario de Rendimiento empresarial
<b>Autora:</b>	Moreno Vega, Alicia Giovana
<b>Procedencia:</b>	Trujillo
<b>Administración:</b>	Individual
<b>Tiempo de aplicación:</b>	15 minutos
<b>Ámbito de aplicación:</b>	Trujillo
<b>Significación:</b>	Dimensiones: Dimensión 1: Ventas (ítems: 1 - 5). Dimensión 2: Afiliación (ítems: 6 - 10). Dimensión 3: Cheque (ítems: 11 - 15). Escala de Likert: Totalmente en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Indefinido, (3), De acuerdo (4), y Totalmente de acuerdo (5).



29. Soporte teórico

Variable	Sub escala (dimensiones)	Indicadores	Definición
Rendimiento empresarial	Ventas	Esfuerzo.	Consideran al rendimiento como una medida de desempeño que se interpreta con el crecimiento de las utilidades, aumento de participación en el mercado y/o aumento en el número de empleados quienes consideran que el rendimiento se mide a partir de indicadores financieros como ROI, ROA, crecimiento de las ventas y éxito en el desarrollo de nuevos productos y/o servicios. (Saavedra, 2022).
		Planificación	
		Status	
		Crecimiento	
		Capacidad de ventas	
	Afilación	Satisfacción	
		Crecimiento de afiliados	
		Integración	
		Equipo de trabajo	
	Cheque	Esfuerzo y tiempo.	
		Ganancias	
		Ingresos	



**30. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario “Rendimiento empresarial” elaborado por Moreno Vega, Alicia Giovana en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente*

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel



Constancia de validez de contenido del cuestionario para evaluar el rendimiento empresarial.

Nº	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones (Recomendaciones)
<b>Dimensión 1: Ventas.</b>					
1	Las ventas están acorde a mi esfuerzo.	4	4	4	
2	Planifico el número de ventas.	4	4	4	
3	Las ventas me proporcionan un buen status.	4	4	4	
4	Mis ventas mensuales van en crecimiento los últimos tres meses.	4	4	4	
5	Tu capacidad de ventas es mejor al que has obtenido hasta el momento.	4	4	4	
<b>Dimensión 2: Afiliación.</b>					
6	Me siento satisfecho con la cantidad de afiliados que tengo hasta el momento.	4	4	4	
7	El crecimiento de los afiliados, te generan mayores ganancias.	4	4	4	
8	El trabajo eficiente de mi equipo me genera mejor satisfacción a corto plazo.	4	4	4	
9	Realizar actividades de integración me permite integrar a nuevos afiliados.	4	4	4	
10	La capacitación constante, me permite expandir mi equipo de trabajo.	4	4	3	
<b>Dimensión 3: Cheque.</b>					
11	Los cheques están de acuerdo a tu esfuerzo y tiempo	4	4	3	
12	Las ganancias superan tus perspectivas personales.	4	4	4	
13	La forma de pago es más factible para el equipo.	4	4	4	
14	La dedicación del tiempo, va acorde con los ingresos mensuales	4	4	4	
15	Está conforme con los cheques obtenidos los últimos tres meses.	4	4	4	

Observaciones: .....

Opinión de aplicabilidad: - Aplicable (X); - Aplicable después de corregir ( ); No aplicable ( )

Trujillo, 14 de Noviembre del 2023

Mg. José Luis Otiniano Otiniano  
DNI: 44928993// ORCID: 0000-0002-0196-3138



Anexo 7: Confiabilidad estadística:

**ANÁLISIS DE VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO QUE  
EVALÚA LA MOTIVACIÓN LABORAL**

N°	MOTIVACIÓN LABORAL																
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
1	3	2	3	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	1	4	2
2	2	2	4	4	2	1	4	1	4	1	2	4	4	4	4	4	4
3	2	1	4	1	4	1	4	4	4	1	2	4	4	3	4	4	4
4	2	2	1	2	3	1	3	3	3	1	1	3	1	4	3	2	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	1	1	3	2	2	3	4	1	1	3	1	1	1	1	4	3	1
7	3	2	3	5	4	4	1	3	4	1	5	5	1	3	5	3	3
8	3	2	3	1	1	1	5	4	4	5	1	5	5	2	2	5	1
9	4	2	2	3	1	5	3	5	5	4	5	1	1	3	5	2	1
10	1	2	3	4	1	5	2	2	2	4	5	4	1	2	5	2	3
11	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5
12	1	2	2	2	2	5	4	2	1	2	2	5	5	1	4	3	2
13	4	1	1	3	5	4	1	3	1	2	3	4	3	4	5	5	5
14	3	5	5	4	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	3	4
15	5	4	1	1	4	4	3	1	5	3	2	1	3	1	1	2	2
16	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	3
17	1	2	4	2	4	2	3	3	1	1	2	2	4	2	2	2	1
18	4	4	4	2	4	4	4	4	1	2	4	3	3	4	2	2	4
19	2	3	2	3	2	1	3	1	4	3	4	2	4	4	3	1	2
20	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	1	2	4	4	3	3

Fuente: Muestra Piloto.



**1. Prueba de Validez Interna del Instrumento que evalúa la Motivación laboral**  
**“r” Correlación de Pearson**

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \times \sqrt{n \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Dónde:

- r: Correlación de Pearson
- x: Puntaje impar obtenido
- x<sup>2</sup>: Puntaje impar al cuadrado obtenido
- y: Puntaje par obtenido
- y<sup>2</sup>: Puntaje par al cuadrado obtenido
- n: Número de personas
- ∑: Sumatoria

**Cálculos estadísticos:**

Estadístico	x	y	x <sup>2</sup>	y <sup>2</sup>	xy
Suma	582	504	18034	13762	15601

$$r = \frac{20 \times 15601 - 582 \times 504}{\sqrt{20 \times 18034 - (582)^2} \times \sqrt{20 \times 13762 - (504)^2}} = 0.866 > 0.70 \Rightarrow \text{Válido}$$



**2. Prueba de Confiabilidad del Instrumento que evalúa la Motivación laboral “ $\alpha$ ” de Cronbach.**

$$\alpha = \frac{k}{k-1} * \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2}\right)$$

Dónde:

$k$ : Número de ítems

$S_i^2$ : Varianza de Cada ítem

$S_t^2$ : Varianza del total de ítem

$\Sigma$ : Sumatoria

$k$	$\sum (S_i^2)$	$S_t^2$
17	35.253	212.011

$$\alpha = \frac{17}{17-1} * \left(1 - \frac{35.253}{212.011}\right) = 0.886 > 0.70 \Rightarrow \text{Confiable}$$





**Confiabilidad por ítems:**

**Estadísticas de total de elemento**

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Pregunta1	51.4000	185.200	0.627	0.876
Pregunta2	51.5000	182.474	0.708	0.873
Pregunta3	51.2000	186.695	0.625	0.876
Pregunta4	51.3500	187.713	0.604	0.877
Pregunta5	51.0000	190.737	0.492	0.881
Pregunta6	50.9000	190.937	0.418	0.884
Pregunta7	50.8500	198.766	0.337	0.886
Pregunta8	51.1000	184.832	0.643	0.875
Pregunta9	50.9500	189.734	0.460	0.882
Pregunta10	51.3500	190.029	0.476	0.881
Pregunta11	51.1500	187.608	0.526	0.880
Pregunta12	50.9000	189.463	0.478	0.881
Pregunta13	51.0000	189.895	0.446	0.883
Pregunta14	51.0500	186.366	0.656	0.875
Pregunta15	50.6500	196.239	0.356	0.886
Pregunta16	51.0500	190.787	0.548	0.879
Pregunta17	51.4000	187.937	0.590	0.877

*Fuente: Información obtenida de la muestra piloto.*

Salida: SPSS Vrs. 27.0



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**BAREMOS:**

Niveles	Variable 1	Dimensiones		
	Motivación laboral	Extrínseco	Intrínseco	Transcendente
Bajo	17 - 51	7 - 21	5 - 15	5 - 15
Medio	52 - 68	22 - 28	16 - 20	16 - 20
Alto	69 - 85	29 - 35	21 - 25	21 - 25



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ANÁLISIS DE VALIDÉZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO QUE  
EVALÚA EL RENDIMIENTO EMPRESARIAL.**

N°	RENDIMIENTO EMPRESARIAL														
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
1	1	1	2	4	4	4	4	1	3	3	2	2	4	1	2
2	3	2	4	4	3	2	1	2	2	4	1	1	4	1	4
3	5	5	5	3	4	5	5	5	5	3	5	4	4	5	4
4	4	4	4	3	2	4	3	2	1	3	4	3	3	1	2
5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4
6	4	3	2	3	4	3	3	5	1	3	5	3	5	5	4
7	4	2	3	1	2	2	4	1	1	3	2	2	4	4	3
8	3	1	2	1	1	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2
9	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4
10	2	1	1	3	3	2	4	3	1	4	4	4	3	3	4
11	2	3	1	2	2	2	1	3	2	3	2	1	2	2	1
12	3	4	2	2	3	3	3	2	2	5	5	3	4	4	2
13	3	1	1	2	4	4	4	3	2	4	4	2	4	3	1
14	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
15	4	4	1	2	1	2	4	4	3	3	1	1	1	4	3
16	5	5	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5
17	3	3	4	4	4	4	1	2	2	1	1	4	2	4	2
18	3	2	1	2	1	2	1	3	1	1	2	1	2	3	2
19	1	2	2	1	2	1	5	4	5	2	2	1	2	1	5
20	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4

Fuente: Muestra Piloto.



### 3. Prueba de Validez Interna del Instrumento que evalúa el Rendimiento empresarial “r” Correlación de Pearson

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \times \sqrt{n \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Dónde:

r: Correlación de Pearson

x: Puntaje impar obtenido

x<sup>2</sup>: Puntaje impar al cuadrado obtenido

y: Puntaje par obtenido

y<sup>2</sup>: Puntaje par al cuadrado obtenido

n: Número de personas

Σ: Sumatoria

#### Cálculos estadísticos:

Estadístico	x	y	x <sup>2</sup>	y <sup>2</sup>	xy
Suma	501	431	13743	10117	11667

$$r = \frac{20 \times 11667 - 501 \times 431}{\sqrt{20 \times 13743 - (501)^2} \times \sqrt{20 \times 10117 - (431)^2}} = 0.875 > 0.70 \Rightarrow \text{Válido}$$



4. Prueba de Confiabilidad del Instrumento que evalúa el Rendimiento empresarial “ $\alpha$ ” de Cronbach.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} * \left( 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Dónde:

$k$ : Número de ítems

$S_i^2$ : Varianza de Cada ítem

$S_t^2$ : Varianza del total de ítems

$\Sigma$ : Sumatoria

$k$	$\sum (S_i^2)$	$S_t^2$
15	27.353	198.042

$$\alpha = \frac{15}{15-1} * \left( 1 - \frac{27.353}{198.042} \right) = 0.923 > 0.70 \Rightarrow \text{Confiable}$$



**Confiabilidad por ítems:**

**Estadísticas de total de elemento**

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Pregunta1	43.2000	173.537	0.709	0.917
Pregunta2	43.6500	172.976	0.630	0.919
Pregunta3	43.7500	168.724	0.697	0.917
Pregunta4	43.8500	181.397	0.511	0.922
Pregunta5	43.4500	168.471	0.793	0.914
Pregunta6	43.4500	171.839	0.740	0.916
Pregunta7	43.3500	178.239	0.473	0.924
Pregunta8	43.3500	172.239	0.664	0.918
Pregunta9	43.9000	174.200	0.550	0.922
Pregunta10	43.2000	177.958	0.589	0.920
Pregunta11	43.4000	166.779	0.725	0.916
Pregunta12	43.7500	168.618	0.763	0.915
Pregunta13	43.2500	176.618	0.637	0.919
Pregunta14	43.4000	174.463	0.567	0.921
Pregunta15	43.4500	175.839	0.590	0.920

Fuente: Información obtenida de la muestra piloto.

Salida: SPSS Vrs. 27.0



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**BAREMOS:**

Niveles	Variable 2	Dimensiones		
	Rendimiento empresarial	Ventas	Afiliación	Cheque
Bajo	15 - 45	5 - 15	5 - 15	5 - 15
Medio	46 - 60	16 - 20	16 - 20	16 - 20
Alto	61 - 75	21 - 25	21 - 25	21 - 25



Anexo 8: Base de datos: Pre test de la motivación

N°	Extrínseco							Intrínseco							Transcendente							Motivación laboral			
	1	2	3	4	5	6	7	Ptje	Nivel	8	9	10	11	12	Ptje	Nivel	13	14	15	16	17	Ptje	Nivel	Total	Nivel
1	5	2	5	1	2	4	2	21	Bajo	4	4	3	2	1	14	Bajo	4	2	1	5	3	15	Bajo	50	Bajo
2	3	5	5	2	4	3	5	27	Medio	5	5	2	1	5	18	Medio	5	4	5	5	1	20	Medio	65	Medio
3	5	2	3	3	1	4	1	19	Bajo	2	4	3	1	2	12	Bajo	5	3	1	2	2	13	Bajo	44	Bajo
4	3	1	2	2	5	5	4	22	Medio	3	4	3	4	1	15	Bajo	2	5	2	3	3	15	Bajo	52	Medio
5	5	4	5	5	3	5	4	31	Alto	4	5	3	5	5	22	Alto	3	3	5	5	5	21	Alto	74	Alto
6	5	5	4	5	5	5	5	34	Alto	5	5	5	5	3	23	Alto	4	5	5	5	3	22	Alto	79	Alto
7	5	5	5	5	5	4	5	34	Alto	5	4	5	5	5	24	Alto	4	5	5	5	5	24	Alto	82	Alto
8	5	3	2	3	4	2	5	24	Medio	3	5	1	4	5	18	Medio	2	5	5	3	3	18	Medio	60	Medio
9	2	1	5	3	4	1	5	21	Bajo	3	1	2	5	3	14	Bajo	4	1	4	5	1	15	Bajo	50	Bajo
10	1	2	4	2	1	5	5	20	Bajo	5	1	1	2	5	14	Bajo	4	4	3	1	2	14	Bajo	48	Bajo
11	3	2	2	2	4	4	5	22	Medio	2	4	4	4	2	16	Medio	1	2	3	4	5	15	Bajo	53	Medio
12	4	2	1	2	2	1	2	14	Bajo	2	1	4	2	1	10	Bajo	1	2	1	4	1	9	Bajo	33	Bajo
13	3	3	5	5	4	2	1	23	Medio	5	3	4	1	4	17	Medio	3	5	5	4	1	18	Medio	58	Medio
14	3	5	3	5	4	4	4	28	Medio	5	2	2	5	4	18	Medio	5	2	5	4	5	21	Alto	67	Medio
15	1	4	1	2	3	5	5	21	Bajo	3	1	5	1	5	15	Bajo	4	2	4	1	4	15	Bajo	51	Bajo
16	3	2	5	1	3	1	3	18	Bajo	2	2	2	2	4	12	Bajo	2	4	1	5	1	13	Bajo	43	Bajo
17	3	3	5	1	5	3	2	22	Medio	5	2	2	2	5	16	Medio	2	3	2	4	5	16	Medio	54	Medio
18	3	5	5	2	4	1	4	24	Medio	3	4	3	4	4	18	Medio	5	2	4	2	5	18	Medio	60	Medio
19	5	4	2	4	3	3	3	24	Medio	4	3	1	5	5	18	Medio	5	4	2	3	5	19	Medio	61	Medio
20	1	2	4	5	1	3	3	19	Bajo	1	2	3	1	5	12	Bajo	3	3	3	3	1	13	Bajo	44	Bajo
21	1	4	5	1	1	2	1	15	Bajo	2	4	3	1	1	11	Bajo	3	1	1	1	4	10	Bajo	36	Bajo
22	3	2	1	1	3	4	1	15	Bajo	1	4	4	1	1	11	Bajo	2	2	1	3	3	11	Bajo	37	Bajo
23	1	2	3	4	3	5	2	20	Bajo	5	1	3	4	1	14	Bajo	3	2	4	4	1	14	Bajo	48	Bajo
24	3	3	5	3	1	5	4	24	Medio	5	5	1	3	4	18	Medio	5	5	5	1	3	19	Medio	61	Medio
25	1	5	5	3	2	1	1	18	Bajo	2	5	1	3	1	12	Bajo	1	3	4	1	4	13	Bajo	43	Bajo
26	5	5	2	5	3	2	2	24	Medio	4	5	2	3	4	18	Medio	5	5	3	5	2	20	Medio	62	Medio
27	1	1	2	2	3	5	3	17	Bajo	2	2	3	2	3	12	Bajo	3	2	1	2	4	12	Bajo	41	Bajo
28	2	5	2	2	5	4	2	22	Medio	5	4	3	2	3	17	Medio	5	1	4	4	2	16	Medio	55	Medio
29	3	5	4	4	3	5	5	29	Alto	3	5	5	1	5	19	Medio	3	4	5	4	5	21	Alto	69	Alto
30	1	2	5	5	1	1	4	19	Bajo	2	2	4	3	3	14	Bajo	1	5	1	5	2	14	Bajo	47	Bajo





Post test de la motivación

N°	Extrínseco									Intrínseco						Transcendente						Motivación laboral			
	1	2	3	4	5	6	7	Ptje	Nivel	8	9	10	11	12	Ptje	Nivel	13	14	15	16	17	Ptje	Nivel	Total	Nivel
1	5	3	4	5	4	3	5	29	Alto	3	5	5	4	4	21	Alto	3	4	5	3	5	20	Medio	70	Alto
2	5	4	5	4	5	5	5	33	Alto	5	4	5	5	4	23	Alto	5	5	4	5	5	24	Alto	80	Alto
3	3	4	4	3	4	3	5	26	Medio	4	3	4	3	4	18	Medio	3	3	5	3	5	19	Medio	63	Medio
4	4	4	3	5	5	5	3	29	Alto	3	4	5	4	5	21	Alto	5	3	4	5	4	21	Alto	71	Alto
5	5	5	5	5	5	4	5	34	Alto	5	5	5	5	4	24	Alto	4	5	5	5	5	24	Alto	82	Alto
6	5	4	5	5	5	5	5	34	Alto	5	4	5	5	5	24	Alto	5	5	5	5	5	25	Alto	83	Alto
7	5	5	5	5	5	5	4	34	Alto	5	5	4	5	5	24	Alto	5	5	5	5	5	25	Alto	83	Alto
8	5	5	3	4	4	5	5	31	Alto	3	5	5	5	4	22	Alto	4	5	5	3	5	22	Alto	75	Alto
9	5	4	5	4	3	3	5	29	Alto	5	3	4	4	5	21	Alto	5	4	4	3	5	21	Alto	71	Alto
10	4	3	5	4	3	4	5	28	Medio	5	3	3	4	4	19	Medio	5	3	4	3	4	19	Medio	66	Medio
11	4	5	4	3	4	4	5	29	Alto	4	5	5	4	4	22	Alto	5	5	3	5	3	21	Alto	72	Alto
12	3	3	3	5	4	3	3	24	Medio	3	3	3	3	3	15	Bajo	5	3	3	3	3	17	Medio	56	Medio
13	3	5	4	5	4	5	4	30	Alto	4	4	5	5	4	22	Alto	5	5	3	5	4	22	Alto	74	Alto
14	5	4	4	5	5	5	5	33	Alto	5	4	4	5	5	23	Alto	4	5	5	5	5	24	Alto	80	Alto
15	5	4	4	4	5	4	3	29	Alto	4	5	5	3	4	21	Alto	3	5	5	5	3	21	Alto	71	Alto
16	4	3	3	5	3	5	3	26	Medio	3	3	4	5	3	18	Medio	4	3	4	3	4	18	Medio	62	Medio
17	4	4	3	4	4	5	5	29	Alto	4	5	5	5	3	22	Alto	4	4	4	4	5	21	Alto	72	Alto
18	5	4	5	5	5	4	4	32	Alto	5	4	5	4	4	22	Alto	5	4	5	4	5	23	Alto	77	Alto
19	5	4	4	4	5	5	5	32	Alto	5	5	4	5	3	22	Alto	4	5	4	5	5	23	Alto	77	Alto
20	3	5	3	3	4	5	3	26	Medio	4	3	5	4	3	19	Medio	3	3	3	5	5	19	Medio	64	Medio
21	4	3	3	3	3	4	5	25	Medio	3	5	3	3	3	17	Medio	3	3	4	5	3	18	Medio	60	Medio
22	4	4	5	3	3	3	3	25	Medio	4	3	4	3	4	18	Medio	3	4	4	3	4	18	Medio	61	Medio
23	5	4	4	4	3	5	3	28	Medio	5	3	4	3	5	20	Medio	5	4	3	3	5	20	Medio	68	Medio
24	4	5	5	4	5	4	5	32	Alto	5	3	5	5	4	22	Alto	5	5	4	5	4	23	Alto	77	Alto
25	3	4	5	3	3	3	5	26	Medio	3	3	4	3	5	18	Medio	3	4	4	4	3	18	Medio	62	Medio
26	4	5	5	5	4	5	5	33	Alto	5	5	5	4	4	23	Alto	5	5	5	4	4	23	Alto	79	Alto
27	3	5	3	3	5	3	4	26	Medio	5	3	3	4	3	18	Medio	3	3	3	5	4	18	Medio	62	Medio
28	3	4	5	4	5	5	4	30	Alto	4	5	5	4	4	22	Alto	5	4	4	4	5	22	Alto	74	Alto
29	5	5	4	5	5	5	5	34	Alto	5	4	5	5	5	24	Alto	5	5	5	4	5	24	Alto	82	Alto
30	4	5	3	4	4	3	4	27	Medio	5	3	3	4	4	19	Medio	5	3	4	4	3	19	Medio	65	Medio



Pre test del rendimiento empresarial

N°	Ventas								Afilación								Cheque								Rendimiento empresarial	
	1	2	3	4	5	Ptje	Nivel	6	7	8	9	10	Ptje	Nivel	11	12	13	14	15	Ptje	Nivel	Total	Nivel			
1	5	2	3	1	3	14	Bajo	5	1	3	1	3	13	Bajo	4	1	1	3	5	14	Bajo	41	Bajo			
2	3	5	4	4	5	21	Alto	3	4	3	5	5	20	Medio	5	1	4	5	5	20	Medio	61	Alto			
3	5	4	5	4	3	21	Alto	5	5	3	3	5	21	Alto	4	4	5	5	5	23	Alto	65	Alto			
4	1	2	5	2	1	11	Bajo	3	2	2	2	1	10	Bajo	2	4	2	1	1	10	Bajo	31	Bajo			
5	2	2	4	5	1	14	Bajo	3	3	3	2	2	13	Bajo	4	2	2	5	1	14	Bajo	41	Bajo			
6	4	4	3	2	5	18	Medio	4	3	5	4	2	18	Medio	2	2	5	2	5	16	Medio	52	Medio			
7	5	1	4	2	3	15	Bajo	4	2	3	1	5	15	Bajo	4	3	2	2	4	15	Bajo	45	Bajo			
8	4	3	5	5	3	20	Medio	5	5	5	2	3	20	Medio	4	4	3	2	5	18	Medio	58	Medio			
9	2	5	5	1	3	16	Medio	3	4	3	2	3	15	Bajo	1	2	5	5	2	15	Bajo	46	Medio			
10	3	5	3	3	4	18	Medio	4	2	5	5	4	20	Medio	4	4	4	1	3	16	Medio	54	Medio			
11	3	1	1	2	1	8	Bajo	1	1	1	2	1	6	Bajo	1	1	1	1	4	8	Bajo	22	Bajo			
12	5	4	2	3	5	19	Medio	4	3	5	5	3	20	Medio	5	5	1	5	1	17	Medio	56	Medio			
13	4	4	4	3	2	17	Medio	4	5	2	3	3	17	Medio	3	2	4	4	3	16	Medio	50	Medio			
14	2	2	2	1	2	9	Bajo	2	1	4	2	1	10	Bajo	1	1	1	3	3	9	Bajo	28	Bajo			
15	4	5	2	5	4	20	Medio	2	5	5	4	4	20	Medio	4	4	2	4	5	19	Medio	59	Medio			
16	2	3	2	3	5	15	Bajo	2	5	2	4	2	15	Bajo	3	1	3	4	4	15	Bajo	45	Bajo			
17	2	1	3	5	2	13	Bajo	2	3	4	1	2	12	Bajo	2	2	3	3	2	12	Bajo	37	Bajo			
18	5	2	3	2	2	14	Bajo	4	2	1	4	3	14	Bajo	5	2	3	3	1	14	Bajo	42	Bajo			
19	5	1	3	4	4	17	Medio	5	3	3	5	1	17	Medio	2	5	3	3	3	16	Medio	50	Medio			
20	1	2	4	2	3	12	Bajo	3	4	2	1	2	12	Bajo	5	1	3	1	1	11	Bajo	35	Bajo			
21	3	3	1	5	5	17	Medio	3	4	3	5	2	17	Medio	5	3	3	3	2	16	Medio	50	Medio			
22	5	2	4	1	2	14	Bajo	1	4	2	3	4	14	Bajo	4	1	5	2	2	14	Bajo	42	Bajo			
23	5	4	2	3	3	17	Medio	3	4	5	1	4	17	Medio	4	4	5	1	2	16	Medio	50	Medio			
24	1	5	3	4	1	14	Bajo	4	1	3	2	4	14	Bajo	1	3	4	4	2	14	Bajo	42	Bajo			
25	3	5	3	1	4	16	Medio	1	5	1	5	4	16	Medio	1	5	3	3	4	16	Medio	48	Medio			
26	3	1	2	2	3	11	Bajo	5	1	3	2	1	12	Bajo	4	1	1	4	1	11	Bajo	34	Bajo			
27	3	4	5	1	4	17	Medio	4	5	3	4	1	17	Medio	1	3	4	4	4	16	Medio	50	Medio			
28	4	2	4	3	4	17	Medio	4	2	3	4	5	18	Medio	2	4	5	1	4	16	Medio	51	Medio			
29	5	3	1	3	2	14	Bajo	1	3	4	1	5	14	Bajo	5	4	1	2	2	14	Bajo	42	Bajo			
30	1	4	2	2	2	11	Bajo	4	2	2	2	2	12	Bajo	4	2	1	1	3	11	Bajo	34	Bajo			



Post test del rendimiento empresarial

N°	Ventas								Afilación								Cheque								Rendimiento empresarial	
	1	2	3	4	5	Ptje	Nivel	6	7	8	9	10	Ptje	Nivel	11	12	13	14	15	Ptje	Nivel	Total	Nivel			
1	5	4	3	3	5	20	Medio	5	4	5	3	3	20	Medio	3	4	4	4	5	20	Medio	60	Medio			
2	5	5	5	5	5	25	Alto	5	5	5	5	5	25	Alto	5	5	5	4	5	24	Alto	74	Alto			
3	5	5	5	5	5	25	Alto	5	5	5	5	5	25	Alto	5	5	5	5	5	25	Alto	75	Alto			
4	5	3	4	3	4	19	Medio	3	4	3	4	4	18	Medio	3	3	5	3	4	18	Medio	55	Medio			
5	5	4	4	4	3	20	Medio	5	4	3	5	3	20	Medio	5	5	4	3	3	20	Medio	60	Medio			
6	5	5	4	5	5	24	Alto	4	5	5	5	5	24	Alto	3	5	5	4	5	22	Alto	70	Alto			
7	4	4	4	4	5	21	Alto	3	5	4	5	5	22	Alto	5	4	5	4	3	21	Alto	64	Alto			
8	4	5	5	5	5	24	Alto	5	5	5	4	5	24	Alto	5	4	4	5	5	23	Alto	71	Alto			
9	5	5	4	4	4	22	Alto	5	3	5	5	4	22	Alto	4	4	4	5	4	21	Alto	65	Alto			
10	5	5	5	4	5	24	Alto	5	5	5	5	4	24	Alto	5	5	4	5	4	23	Alto	71	Alto			
11	3	5	3	4	3	18	Medio	3	4	3	4	3	17	Medio	3	3	4	3	4	17	Medio	52	Medio			
12	5	5	4	5	5	24	Alto	5	5	5	4	5	24	Alto	5	5	4	4	5	23	Alto	71	Alto			
13	5	4	4	5	4	22	Alto	5	4	4	4	5	22	Alto	5	4	3	5	5	22	Alto	66	Alto			
14	4	4	5	3	3	19	Medio	5	3	3	3	4	18	Medio	3	4	3	5	3	18	Medio	55	Medio			
15	5	5	5	4	5	24	Alto	5	5	5	5	5	25	Alto	5	4	5	5	5	24	Alto	73	Alto			
16	5	3	5	5	3	21	Alto	4	5	5	5	3	22	Alto	4	5	5	3	4	21	Alto	64	Alto			
17	4	4	5	4	3	20	Medio	3	3	5	5	4	20	Medio	4	3	3	5	5	20	Medio	60	Medio			
18	5	4	5	3	4	21	Alto	4	5	3	4	4	20	Medio	5	5	3	3	5	21	Alto	62	Alto			
19	5	5	5	4	3	22	Alto	5	5	5	5	3	23	Alto	3	4	5	5	5	22	Alto	67	Alto			
20	4	4	4	3	5	20	Medio	3	5	5	3	3	19	Medio	4	3	4	4	4	19	Medio	58	Medio			
21	4	4	5	5	5	23	Alto	5	4	5	5	4	23	Alto	4	5	3	5	5	22	Alto	68	Alto			
22	5	3	5	5	3	21	Alto	4	3	4	5	5	21	Alto	5	3	3	5	5	21	Alto	63	Alto			
23	5	5	5	4	4	23	Alto	5	5	4	4	5	23	Alto	4	5	4	5	4	22	Alto	68	Alto			
24	5	3	4	5	4	21	Alto	4	3	5	5	4	21	Alto	3	5	5	3	5	21	Alto	63	Alto			
25	4	4	5	4	5	22	Alto	4	5	4	5	4	22	Alto	5	4	4	4	5	22	Alto	66	Alto			
26	3	3	5	3	5	19	Medio	3	5	5	3	3	19	Medio	3	3	5	3	5	19	Medio	57	Medio			
27	5	4	5	5	4	23	Alto	5	4	5	5	4	23	Alto	4	5	4	5	4	22	Alto	68	Alto			
28	4	5	5	5	5	24	Alto	5	5	5	4	5	24	Alto	4	5	4	5	4	22	Alto	70	Alto			
29	3	3	5	5	5	21	Alto	5	4	4	3	5	21	Alto	3	5	5	4	4	21	Alto	63	Alto			
30	3	4	5	4	3	19	Medio	3	5	3	4	4	19	Medio	3	4	4	5	3	19	Medio	57	Medio			



## Programa de motivación "Motivando"

Cada organización es única, por lo que este esquema debe adaptarse a las características específicas de tu empresa. Además, involucrar a los distribuidores en el diseño y la implementación del programa puede aumentar su efectividad y aceptación.





Diseñar un programa de motivación empresarial para distribuidores en una empresa multinivel es fundamental para fomentar un ambiente positivo y estimular el rendimiento e implica tener en cuenta diversos aspectos que se adapten a las necesidades y características específicas de cada organización. Aquí se proporciona un esquema básico que se puede personalizar según circunstancias particulares. Tener en cuenta que es importante adaptar estos elementos a la cultura y estructura de tu empresa u organización.

### **Objetivos del Programa de Motivación**

- **Definir claramente los objetivos del programa:**

El objetivo principal es: lograr que este programa ayude a mejorar el rendimiento empresarial de los distribuidores de la empresa multinivel.

### **DÍA 1:**

#### **I. SESIÓN 1: 7 HÁBITOS DE DESARROLLO PERSONAL**

Se sugieren formas de comportamientos y prácticas diarias que el distribuidor debe adoptar con el objetivo de mejorar su bienestar general, alcanzar metas y cultivar un crecimiento personal continuo. Estos hábitos suelen centrarse en diversos aspectos de la vida, incluyendo la salud física, mental, emocional y espiritual, así como el desarrollo de habilidades y la consecución de objetivos personales.

❖ **Se formarán grupos: (02 grupos)**

- 1.1. Conocerse a sí mismos
- 1.2. La gestión de nuestra salud y nuestra energía
- 1.3. Conocer y gestionar nuestras emociones
- 1.4. Cuidar y establecer nuestras relaciones familiares
- 1.5. Forjarnos una carrera profesional
- 1.6. Gestionar nuestras finanzas
- 1.7. La trascendencia



## DÍA 2:

### II. **SESIÓN 2:** Conocerse a uno mismo y encontrar tu talento “CÓMO DESCUBRIR TU TALENTO”

Descubrir tu talento puede ser un proceso gratificante, pero también puede llevar tiempo y autoexploración.

#### ❖ Trabajo en grupo:

- 2.1. Te doy mi perspectiva
- 2.2. Revisamos cómo estás viviendo tu vida
- 2.3. Entiendes si hay coherencia entre quién eres y cómo vives

## DÍA 3:

### III. **SESIÓN 3: Vivir con abundancia**

Vivir con abundancia implica adoptar una mentalidad positiva y reconocer la riqueza en diferentes aspectos de la vida, no solo en términos financieros.

La vida tiene sus reglas y conocerlas lo hace más fácil. Y vivir con abundancia es conocer esas reglas.

La abundancia es la expresión natural de nuestro ser.

Cuando no vivimos en abundancia estamos fallándonos a nosotros mismos, estamos fallando a nuestras familias y estamos fallando a la vida.

Vivir desde el aprender, preguntar ¿qué puedo yo aprovechar de esto?

No puede progresar en lo profesional si no se ha progresado en lo personal. “La mejor manera de ayudar a los pobres es no siendo uno de ellos”

#### ❖ Meditación (nos apoyamos de un video)



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

### **La gratitud**

Reconocer y apreciar lo positivo en la vida teniendo una perspectiva equilibrada y apreciativa incluso en medio de las adversidades.

Al incorporar la gratitud en la vida diaria se puede experimentar una mayor sensación de bienestar y cultivar relaciones más saludables y positivas.









