



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Motivación laboral y Productividad de la fuerza de ventas de

TRIATHLON S.A.C., LIMA, 2018

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE

LICENCIADO EN ADMINISTRACION

AUTOR:

JOSE LUIS CASTILLO TRIGOSO

ASESOR:

Mg. CARLOS ANTONIO MERINO ZEVALLOS

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

GESTIÓN DE ORGANIZACIONES

LIMA – PERÚ

2018

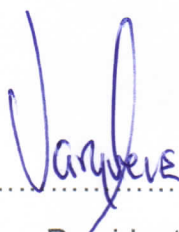
El Jurado encargado de evaluar la Tesis presentada por Don (a) :
JOSE LUIS CASTILLO TRIGOSO

cuyo título es:

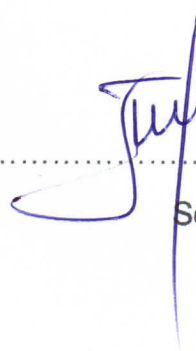
MOTIVACION LABORAL Y PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA DE
VENTAS DE TRIATHLON S.A.C.. LIMA 2018

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de
preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de:
.....17.....(número) Diecisiete..... (letras).

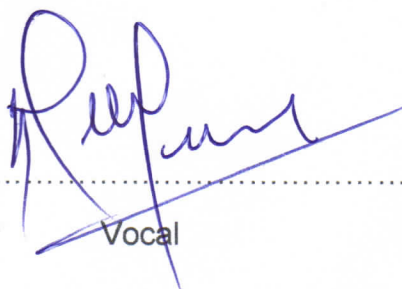
Los Olivos, 28 de Noviembre del 2018



.....
Presidente



.....
Secretario



.....
Vocal

Dedicatoria

A Dios:

Quien me ha permitido tener la familia que tengo,

Por permitirme vivir los días que he vivido,

Por permitirme tomar las decisiones que tome,

Por ser lo que soy hoy.

Bendice, alma mía a Jehová, y no olvides ninguno
de sus beneficios (Salmo 103, 2).

Agradecimiento

A mi esposa Medali, por ser siempre e incansablemente fuente de apoyo, ánimo y esperanza para seguir adelante; su sonrisa es un lucero que hace vibrar mi corazón.

A mis padres Gloria y José, por darme la vida, cuidarme y protegerme cada día, por enseñarme los valores que tengo, formando así quién soy, por ser mis padres.

A mis suegros Juana y Florentino, por su confianza y apoyo.

A Julio Calvo, Hugo Pinedo, Darwing López y Walter Quispe, por su amistad, consejo y apoyo en mis momentos más complicados.

Declaratoria de Autenticidad

Yo, José Luis Castillo Trigoso, con DNI N° 40105966, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Académica Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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 de la Universidad César Vallejo.

Lima, 19 de julio del 2018.

José Luis Castillo Trigoso

DNI: 40105966

Presentación

Señores del jurado de la prestigiosa Universidad César Vallejo. Lima norte.

Presento ante Uds. El trabajo de investigación titulado. Motivación laboral y Productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON S.A.C., Lima, 2018.

Se realizó cumpliendo con los dispositivos legales exigidos por la Escuela de Administración, para obtener el título profesional de Administrador.

El presente documento consta de las páginas preliminares y los siguientes capítulos:

Capítulo I trata sobre la introducción a la investigación.

Capítulo II se desarrollo el método.

Capítulo III presentamos los resultados de investigación.

Capítulo IV presentamos la discusión.

Capítulo V presentamos las conclusiones.

Capítulo VI presentamos las recomendaciones.

Capítulo VII presentamos las referencias y los anexos.

La presente investigación tuvo como objetivo el determinar la influencia de la motivación laboral en la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.

La importancia del presente trabajo radica en que identificando el grado de influencia, puede utilizarse este conocimiento para incrementar la productividad y así lograr hacer más rentable a la empresa.

El autor.

INDICE

PAGINA DEL JURADO	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	V
PRESENTACIÓN	VI
INDICE	VII
INDICE DE TABLAS	IX
INDICE DE FIGURAS	X
RESUMEN	XI
ABSTRACT	XII
I. INTRODUCCIÓN	14
1.1. Realidad Problemática	14
1.2. Trabajos previos	16
1.2.1. Nacionales	16
1.2.2. Internacionales	19
1.3. Teorías relacionadas al tema	21
1.3.1. Motivación	22
1.3.1.1. Ciclo de la motivación	25
1.3.1.2. Frustración y compensación	26
1.3.1.3. Primeras teorías sobre la motivación	27
1.3.1.4. Teorías contemporáneas de la motivación	31
1.3.1.5. Otras teorías contemporáneas acerca de la motivación	35
1.3.2. Productividad	40
1.4. Formulación del problema	41
1.4.1. Problema principal	42
1.4.2. Problemas específicos	42
1.5. Justificación del estudio	42
1.5.1. Justificación teórica	43
1.5.2. Justificación metodológica	43
1.5.3. Justificación práctica	43
1.6. Hipótesis	44
1.6.1. Hipótesis general	44
1.6.2. Hipótesis específicas	44
1.7. Objetivos	44
1.7.1. Objetivo general	45
1.7.2. Objetivos específicos	45
II. METODO	47
2.1. Diseño de investigación	47
2.1.1. Método de la investigación	47
2.1.2. Tipo de investigación	47
2.1.3. Nivel de investigación	47
2.1.4. Diseño de investigación	48
2.2. Variables, operacionalización	49
2.2.1. Variables	49
2.2.2. Operacionalización	50
2.3. Población y muestra	54
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	55

2.4.1. Técnicas de recolección de datos	55
2.4.2. Instrumentos de recolección de datos	55
2.4.3. Validez	56
2.4.4. Confiabilidad	57
2.5. Métodos de análisis de datos	58
2.6. Aspectos éticos	59
III. RESULTADOS	61
3.1. Análisis descriptivo	61
3.1.1. Estadígrafos descriptivos utilizados.	61
3.1.2. Tablas de frecuencia.	61
3.2. Análisis inferencial	68
3.2.1. Hipótesis general	69
3.2.2. Hipótesis específicas	71
IV. DISCUSIÓN	76
V. CONCLUSIONES	79
VI. RECOMENDACIONES	81
VII. REFERENCIAS	83
VIII. ANEXOS	86
Anexo 1. Matriz de Consistencia	87
Anexo 2. Instrumentos	88
Anexo 3. Organigrama de TRIATHLON SAC	90
Anexo 4. Formato de Validación de instrumentos de medición a través de juicio de expertos	91

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Matriz de operacionalización de la variable: Motivación laboral</i>	52
Tabla 2. <i>Matriz de operacionalización de la variable: Productividad</i>	53
Tabla 3. <i>Tabla de respuestas</i>	56
Tabla 4. <i>Validación de juicio de expertos</i>	57
Tabla 5. <i>Confiabilidad del instrumento 1. Motivación laboral</i>	57
Tabla 6. <i>Confiabilidad del instrumento 2. Productividad</i>	58
Tabla 7. <i>Análisis descriptivo de la variable. Motivación laboral</i>	61
Tabla 8. <i>Análisis descriptivo de la dimensión. Intensidad</i>	62
Tabla 9. <i>Análisis descriptivo de la dimensión. Dirección</i>	63
Tabla 10. <i>Análisis descriptivo de la dimensión. Persistencia en el trabajo</i>	64
Tabla 11. <i>Análisis descriptivo de la variable. Productividad</i>	65
Tabla 12. <i>Análisis descriptivo de la dimensión. Eficacia</i>	66
Tabla 13. <i>Análisis descriptivo de la dimensión. Eficiencia</i>	67
Tabla 14. <i>Prueba de normalidad</i>	69
Tabla 15. <i>Prueba de hipótesis general</i>	70
Tabla 16. <i>Prueba de hipótesis específica 1</i>	71
Tabla 17. <i>Rho de Spearman. hipótesis específica 1</i>	72
Tabla 18. <i>Pruebas de normalidad. hipótesis específica 2</i>	73
Tabla 19. <i>Rho de Spearman. hipótesis específica 2</i>	73

INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Etapas del ciclo motivacional que resultan en la satisfacción de necesidades.	25
<i>Figura 2.</i> Jerarquía de necesidades de Maslow	28
<i>Figura 3.</i> Esquema del diseño correlacional.	48
<i>Figura 4.</i> Análisis descriptivo de la variable. Motivación laboral.	61
<i>Figura 5.</i> Análisis descriptivo de la dimensión. Intensidad.	62
<i>Figura 6.</i> Análisis descriptivo de la dimensión. Dirección.	63
<i>Figura 7.</i> Análisis descriptivo de la dimensión. Persistencia en el trabajo.	64
<i>Figura 8.</i> Análisis descriptivo de la variable. Productividad.	65
<i>Figura 9.</i> Análisis descriptivo de la dimensión. Eficacia.	66
<i>Figura 10.</i> Análisis descriptivo de la dimensión. Eficiencia.	67

RESUMEN

La presente investigación lleva por título "Motivación laboral y Productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018", cuyo objetivo es identificar la relación entre la motivación laboral y la productividad de la fuerza de ventas, en la empresa TRIATHLON SAC, Lima, 2018.

En cuanto a la motivación laboral, Stephen Robbins propone la necesidad de evaluar la dirección, la intensidad y la persistencia en el trabajo; mientras que Idalberto Chiavenato, con respecto a la productividad, propone evaluar la eficacia y la eficiencia.

El estudio que sigue es un método hipotético deductivo, tipo aplicado, nivel descriptivo correlacional, diseño transversal no experimental con enfoque, enfoque cuantitativo, con una población de 269 trabajadores, una muestra de 158 trabajadores, utilizando la técnica de recolección de datos, el cuestionario y el instrumento fueron la encuesta, que fue de gran importancia para la medición del problema. Dicha información fue procesada en SPSS v.25 para encontrar la confiabilidad, haciendo uso del Alfa de Cronbach y la validación de los instrumentos de investigación a través del juicio de expertos.

Finalmente, se concluyó que, de acuerdo con los objetivos propuestos, se estableció la relación significativa entre la motivación laboral y la productividad. También el poder de usar los resultados de la presente investigación para su posterior estudio relacionado con las variables.

Palabras clave: Motivación laboral, productividad.

ABSTRACT

This research is titled "Work motivation and Productivity of the sales force of TRIATHLON SAC, Lima, 2018", whose objective is to identify the relationship between the labor motivation and the productivity of the sales force, in the company TRIATHLON SAC, Lima, 2018.

Regarding job motivation, Stephen Robbins proposes the need to assess the direction, intensity and persistence at work; while Idalberto Chiavenato, with regard to productivity, proposes to evaluate the effectiveness and efficiency.

The study that follows is a hypothetical deductive method, applied type, correlational descriptive level, non-experimental transversal design with focus, quantitative approach, with a population of 269 workers, a sample of 158 workers, using the data collection technique, the questionnaire and the instrument was the survey, which was of great importance for the measurement of the problem. This information was processed in SPSS v.25 to find reliability, making use of Cronbach's Alpha and the validation of research instruments through expert judgment.

Finally, it was concluded that, in accordance with the proposed objectives, the significant relationship between work motivation and productivity was established. Also the power to use the results of the present investigation for its subsequent study related to the variables.

Keywords: Work motivation, productivity.

INTRODUCCIÓN

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

Hasta antes de la Revolución Industrial con la invención de la maquina a vapor, por Watt, J (1736-1819), y su posterior empleo en la producción de bienes.

La manufactura de los bienes era ejecutada por una sola persona. Luego de esta, el antiguo artesano pasó a formar parte de un proceso en la línea de producción, esto permitió que se maximice la transformación de bienes, a la vez que los costos bajaron.

Con los estudios de los tiempos y los movimientos de Taylor, F (1856-1915) se da inicio al enfoque clásico de la administración (administración científica a principios del siglo XX); así como el estudio constante por mejorar la eficiencia industrial y con esto incrementar la productividad de la empresa.

La motivación laboral juega un papel muy importante en todas las organizaciones para que los trabajadores tengan un mayor compromiso en las diferentes actividades que realizan y de esta manera aumentar la productividad de la organización. Asimismo, resulta oportuno que la motivación laboral es una variable básica dentro de la productividad en una organización. Lamentablemente somos un país que no tiene cultura de investigación, ya que generalmente copiamos las formulas o recetas extranjeras generando tendencias, lo que genera debilidad en la generación de teorías que apliquen a nuestra realidad nacional.

Triathlon SAC, es una empresa de capital peruano, del rubro retail, dedicada a la venta de productos deportivos de las mejores marcas del mundo con el propósito de satisfacer las necesidades de nuestros clientes. Fue creada con el objetivo de ser un distribuidor de artículos deportivos, como calzado, ropa y accesorios de las mejores marcas mundiales orientado a satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes. Ver anexo 3.

Con el propósito de incrementar las ventas, la empresa implementó la entrega de bonos por productividad a los colaboradores de la tienda que haya logrado cuanto menos un 80% de su meta y que el colaborador hayan logrado cuanto menos un 80% de su meta personal, e incrementándose el bono en función a como creciera el loro obtenido (90%, 100% y 105%).

Producto de problemas económicos la empresa se ha visto obligada a reformular la asignación de los bonos, siendo ahora la condición que el logro de la venta no solo sea porcentual, si no que esta también aplique a la contribución del logro del objetivo, el mismo que no es muy claro aún para la fuerza de ventas, dado que no se les informa con antelación sobre la meta de contribución mensual; lo que ha desmotivado a los colaboradores al punto de trabajar desmotivados y hasta renunciar por encontrarse disconformes.

Podemos decir al respecto de la motivación laboral que la intensidad del esfuerzo es insuficiente ya que la cantidad del esfuerzo no permiten lograr los resultados y el desempeño esperado, ya que la dirección no distribuye con claridad y oportunidad los beneficios de la organización, de manera tal que retribuya la cantidad de esfuerzo desplegado por el trabajador por el real cumplimiento de sus metas; con respecto a la persistencia en el trabajo, esta disminuida ya que la persistencia de tiempo no es constante en la jornada laboral, por lo que el cumplimiento de objetivos se ve involucrado en la ejecución de metas; así mismo la productividad disminuye pues la eficacia cae, pues el tiempo es muy poco para el logro de los resultados trazados, de igual modo la eficiencia retrocede pues los recursos utilizados para alcanzar los objetivos son mayores porque no existe un real control de procesos.

1.2. Trabajos previos

Hernández Sampieri, comenta:

Es evidente que, cuanto mejor se conozca un tema, el proceso de afinar la idea será más eficiente y rápido. Desde luego, hay temas que han sido más investigados que otros y, en consecuencia, su campo de conocimiento se encuentra mejor estructurado. Estos casos requieren planteamientos más específicos. Podríamos decir que hay:

- Temas ya investigados, estructurados y formalizados, sobre los cuales es posible encontrar documentos escritos y otros materiales que reportan los resultados de investigaciones anteriores.
- Temas ya investigados pero menos estructurados y formalizados, sobre los cuales se ha investigado aunque existen sólo algunos documentos escritos y otros materiales que reporten esta investigación; el conocimiento puede estar disperso o no ser accesible. De ser así, habría que buscar los estudios no publicados y acudir a medios informales, como expertos en el tema, profesores, amigos, etc. Internet (incluyendo sus redes sociales) constituye una valiosa herramienta en este sentido.
- Temas poco investigados y no estructurados, los cuales requieren un esfuerzo para encontrar lo que escasamente se ha investigado.
- Temas no investigados. (2014, pág. 27).

Hernández Sampieri afirma que el conocer de trabajos previos nos dará luces al momento de desarrollar nuestra investigación.

Los trabajos previos están representados en estudios representando casos con anterioridad, representando así mismo la innovación en el objeto de la investigación.

1.2.1. Nacionales

Cerdán, L. (2017), presento la tesis titulada. “Satisfacción laboral y su incidencia en la productividad de la empresa calzados Carubi S.A.C – Trujillo 2017” (Tesis de pregrado). Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, Trujillo.

Esta investigación tuvo por objetivo el determinar la incidencia entre la satisfacción laboral y la productividad de la empresa calzados Carubi SAC - Trujillo 2017; para tal fin se usó una muestra de 20 trabajadores de la

mencionada empresa a quienes se les efectuó la encuesta e instrumento el cuestionario (Escala de Opiniones SL – SPC Palma de 1999 para identificar el nivel de satisfacción laboral y la Guía de análisis documental adaptado de Velásquez de 2013 para medir la productividad del personal de la empresa). Los datos dieron por resultado que la satisfacción laboral incide negativamente en la productividad de la empresa en estudio; pues existe un nivel medio de satisfacción laboral con un 40% que incide en un nivel medio de productividad con un 55% (32 – 34 docenas de calzado/trabajador mensualmente). Obteniendo un valor de prueba $p = 0.9028$, el cual es altamente significativo.

Quispe, H. (2017), presento la tesis titulada. “Relación de la gestión empresarial con la productividad laboral en las empresas de calzado, Cajamarca 2017” (Tesis de pregrado). Facultad de Negocios de la Universidad Privada del Norte, Cajamarca.

Investigación que buscaba determinar la relación de la gestión empresarial con la productividad laboral en las empresas de calzado, Cajamarca 2017; para ello se efectuó una investigación no experimental de diseño transversal de tipo correlacional, aplicando 19 encuestas consistente en 20 preguntas con respuestas de escala de Likert para evaluar la gestión empresarial y la productividad laboral de la empresa de calzado al personal de estas empresas. Dando como resultado que la gestión empresarial con la productividad laboral en las empresas de calzado Cajamarca guarda relación positiva. Por la cual se afirma la tesis. Obteniendo un valor de prueba $p = 0.023$ (prueba estadística de d Somers), el cual es altamente significativo.

Revilla, P. (2017), presento la tesis titulada. “Incentivos laborales y su relación con la productividad de los colaboradores de la Empresa Tecnología Textil S.A, S.J.L, año 2017” (Tesis de pregrado). Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, Lima.

Este estudio tenía por fin identificar como se relacionan los incentivos laborales con la productividad de los colaboradores de la empresa

Tecnología Textil S.A, S.J.L, año 2017; para ello se efectuó un diseño no experimental de corte transversal, con un nivel descriptivo correlacional. Se aplicó una encuesta (cuestionario) a 30 colaboradores del área de tejeduría de la empresa Tecnología Textil S.A. Este estudio dio como resultado una correlación positiva moderada, por lo cual se confirma que los incentivos laborales tienen relación con la productividad. Obteniendo un valor de prueba $p = 0,742$, el cual es altamente significativo.

Ramírez, K. (2017), presento la tesis titulada. “La administración por objetivos y su relación con la productividad en la empresa Clariant SA, Callao, año 2017”. (Tesis de pregrado). Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, Lima.

La investigación tuvo por objetivo el determinar la relación de la administración por objetivos con la productividad en la empresa Clariant SA, Callao, año 2017. Esta investigación es no experimental de corte transversal, para ello se aplicó una encuesta de tipo Likert a 50 trabajadores. El estudio dio como resultado la existencia de una relación positiva y muy fuerte, la cual repercute significativamente en la productividad. Obteniendo un valor de prueba $p = 0,974$, el cual es altamente significativo.

Cajma, H. (2016), presento la tesis titulada. “Los programas de incentivos y la satisfacción laboral de los colaboradores de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Cusco S.A. Agencia Puno – Bellavista periodo 2012” (Tesis de pregrado). Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano, Puno.

La investigación tuvo por fin el determinar la incidencia de los programas económicos en la satisfacción laboral de los colaboradores de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Cusco Agencia Bellavista-Puno. La investigación utilizó el método hipotético-deductivo; utilizó la encuesta como instrumento de recolección de datos aplicada a 24 trabajadores de la citada agencia de la entidad. El resultado del presente mostró que el 54% considera que los incentivos no económicos no influyen

positivamente, esto debido a que no su remuneración, comisiones y utilidades que perciben son poco atractivas. Obteniendo un valor de prueba $p = 0,749$, el cual es altamente significativo.

1.2.2. Internacionales

Montenegro, J. (2016), presento la tesis titulada. "Influencia de la motivación en la eficiencia productiva de los trabajadores de la empresa "Panadería y Repostería Belén" en el municipio de Matagalpa en el II semestre del año 2015. Facultad Regional Multidisciplinaria, Matagalpa de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. (Tesis de Pregrado), Nicaragua.

El estudio buscó determinar la influencia de la motivación sobre la eficiencia productividad de los trabajadores de la "Panadería y Repostería Belén" en el municipio de Metagalpa. Para ello se aplicó 16 encuestas a los trabajadores del área de producción (panaderos, decoradores y reposteros). Finalmente se demostró que el contar con trabajadores motivados influye significativamente en la productividad de los trabajadores, dando como resultado un aumento del 30% en las ventas. Obteniendo un valor de prueba $p = 0.834$, el cual es altamente significativo.

Sum, M (2015), presento la tesis titulada. "Motivación y Desempeño Laboral" (Tesis de Pregrado). Facultad de Humanidades de la Universidad Rafael Landivar, (Tesis de Pregrado), Guatemala.

La investigación tuvo por objetivo el establecer la influencia de la motivación en el desempeño laboral del personal administrativa de la empresa de alimentos de la zona 1 de Quetzaltenango. Para ello se usó una población de treinta y cuatro personas (12 mujeres y 22 hombres entre los 18 y 44 años de edad. Los instrumentos utilizados fueron una encuesta con escale de Likert y la Escala de Motivación Psciosociales de J.L. Fernández Seara. Los resultados obtenidos demostraron que la motivación influye en el desempeño laboral del personal administrativa de

la empresa de alimentos de la zona 1 de Quetzaltenango. Obteniendo un valor de prueba $p = 0,743$, el cual es altamente significativo.

Enriquez, P. (2014), presento la tesis titulada. “Motivación y Desempeño Laboral de los empleados del Instituto de la Visión en México”, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Montemorelos (Tesis de Maestría), México.

El estudio buscó determinar si el grado de motivación permite predecir el nivel de desempeño de los empleados del Instituto de Visión de México. Se aplicó una encuesta a 164 sujetos (empleados del área médica, administrativa y de apoyo) con escala de Likert. La investigación logró determinar que el grado de motivación laboral tiene una influencia positiva y significativa en grado fuerte en el desempeño laboral de los empleados. Obteniendo un valor de prueba $p = 0.000$, el cual es altamente significativo.

Mendoza, M. (2013), presento la tesis titulada. “La gestión de ventas y su incidencia en el desempeño laboral del talento humano de la empresa PRODULUX S.A. de la ciudad de Milagro”, Unidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro (Tesis de Pregrado), Ecuador.

El objetivo de la investigación era demostrar que la desorganización general en la gestión de ventas de la empresa PRODALUX S.A. repercutía en el desempeño laboral del talento humano. Para el estudio se utilizó 61 personas de tres tipos de población: empleados administrativos, directivas y clientes de la empresa. Se usó como herramienta la encuesta con un cuestionario de diez preguntas con escala de Likert. Este estudio concluyó que la desorganización general en la gestión de ventas de la empresa PRODALUX S.A: afecta el desempeño laboral del talento humano. Obteniendo un valor de prueba $p = 0.832$, el cual es altamente significativo.

Ozuna, N. (2012), presento la tesis titulada. “La cultura organizacional y su relación con la productividad de una institución financiera”, Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales y Administrativas del Instituto Politécnico Nacional (Tesis de Maestría), México.

Se buscó demostrar que, a mayor Cultura organizacional, mayor será la productividad en la Institución Financiera. Para este estudio se utilizó 12395 personas entre hombres y mujeres que ocupan un cargo directivo en Santander México a nivel país. Utilizó la encuesta Denison Organizational Culture Survey, adaptada para castellano para evaluar la cultura organizacional. El estudio dio como resultado que si existe relación entre ambas variables. Obteniendo un valor de prueba $p = 0.023$, el cual es altamente significativo.

1.3. Teorías relacionadas al tema

Hernández Sampieri, cita:

El desarrollo de la perspectiva teórica es un proceso y un producto. Un proceso de inmersión en el conocimiento existente y disponible que puede estar vinculado con nuestro planteamiento del problema, y un producto (marco teórico) que a su vez es parte de un producto mayor: el reporte de investigación (Yedigis y Weinbach, 2005).

Una vez planteado el problema de estudio (es decir, cuando ya se tienen los objetivos y preguntas de investigación) y cuando además se ha evaluado su relevancia y factibilidad, el siguiente paso consiste en sustentar teóricamente el estudio (Hernández-Sampieri y Méndez, 2009), lo que en este libro denominaremos desarrollo de la perspectiva teórica. Ello implica exponer y analizar las teorías, las conceptualizaciones, las investigaciones previas y los antecedentes en general que se consideren válidos para encuadrar el estudio (Rojas, 2001).

[...]

(2014, pág. 60).

Hernández Sampieri comenta que la perspectiva teórica es un proceso de familiarización con el conocimiento existente y disponible vinculado con nuestro problema, así como la creación del marco teórico, el mismo que es parte del reporte de investigación.

1.3.1. Motivación

Robbins y Judge definen:

Se define la motivación como los procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza una persona para alcanzar una meta. [...]

La intensidad se refiere a la cantidad de esfuerzo que hace alguien. Es el elemento en que la mayoría se centra cuando habla de motivación. Sin embargo, es improbable que la intensidad elevada conduzca a resultados favorables en el desempeño laboral, a menos que el esfuerzo se oriente en una dirección que beneficie a la organización. Por tanto, tenemos que considerar tanto la cantidad del esfuerzo como su intensidad. El esfuerzo que nos interesa está dirigido hacia las metas de la organización y que es consistente con aquellas. Por último, la motivación tiene una dimensión de persistencia, es decir, por cuanto tiempo la persona será capaz de mantener su esfuerzo. Los individuos motivados permanecen en una tarea lo suficiente como para alcanzar su objetivo. (2017, pág. 209).

Los autores indican que es un proceso que implica el esfuerzo de una persona para lograr una meta; está compuesta por las dimensiones intensidad, dirección y persistencia.

Mientras que Arbaiza

[...] es un proceso psicológico básico que puede definirse como el impulso que guía la acción para alcanzar una meta. Este impulso, deseo o disparador puede ser intrínseco ó extrínseco, pero siempre está vinculado con la satisfacción de una necesidad y supone una acción o desempeño orientado al logro de una meta. (2017, pág. 139).

La autora nos explica que la motivación es un proceso que nace de nuestra mente (psiquis) a nivel básico, tal como respirar, oír y ver; el que define como una fuerza que dirige la o las actividades que realizará el hombre (varón o mujer) para lograr el objetivo, el mismo que puede originarse en él o por influencia externa.

Por otro lado, Chiavenato dice:

Maslow presenta una teoría de la motivación que afirma que las necesidades humanas se presentan en niveles jerarquizados por orden de

importancia e influencia. Cabe decir que esa jerarquía tiene forma de pirámide. En la base se encuentran las necesidades más bajas (fisiológicas) y en la cúspide, las necesidades más elevadas (de autorrealización) (2014, pág. 240).

La definición tomada por el autor, pertenece a la teoría de la motivación de la escuela de psicología, esta postula que son las necesidades los motivos que impulsan al hombre a realizar diversas acciones; las mismas que al ser cubierta las necesidades de menor jerarquía antes de pasar a una jerarquía inmediata superior.

Chiavenato dice: “El hombre complejo: La motivación es un proceso y no un evento aislado, es una consecuencia, no una causa. El hombre puede aprender nuevas motivaciones por medio de su experiencia y su interacción”. (2014, pág. 398).

Al citar el autor este concepto dice que la motivación es un proceso que nace del hombre, producto del conocimiento y habilidades, así como su relación con el entorno.

Maristany comenta: “Motivar es, en definitiva, dar motivo a una persona o a un grupo para que trate de alcanzar cierto objetivo “ (Maristany, 2007, pág. 159).

El autor indicó que la motivación es un proceso que no está en el hombre, sino que debe ser inyectado en el o el grupo para que este o estos alcancen un objetivo.

Chiavenato dice:

Motivo es todo aquello que impulsa a la persona a actuar de determinada manera o que da origen, por lo menos, a una determinada tendencia, a un determinado comportamiento. Ese impulso a la acción puede estar provocado por un estímulo externo (proveniente del ambiente) y también puede ser generado internamente por los procesos mentales del individuo (2007, pág. 47).

El autor nos explica que la motivación es lo que impulsa al hombre a actuar de forma diferente, el que puede ser provocado por estímulos internos o externos.

Robbins y Coulter dicen:

Motivación se refiere a los procesos responsables del deseo de un individuo de realizar un gran esfuerzo para lograr los objetivos organizacionales, condicionado por la capacidad del esfuerzo de satisfacer alguna necesidad individual. Aunque, en general, la motivación se refiere al esfuerzo ejercido hacia cualquier objetivo, nos referimos a los objetivos organizacionales porque nuestro enfoque está en el comportamiento relacionado con el trabajo. Esta definición muestra tres elementos clave: esfuerzo, objetivos organizacionales y necesidades (2005, pág. 392).

Los autores nos comentan que la motivación es o son los eventos que ejercen impulsos en el esfuerzo para conseguir el objetivo, para nuestro caso objetivo organizacional.

Hitt, Black y Porter, dicen:

La motivación se define como un conjunto de fuerzas que impulsan, dirigen y mantienen cierta conducta. Tales fuerzas quizá provengan del interior de las personas, y se conocen como “empuje” de las fuerzas internas; o tal vez provengan del entorno y se denominan “arrastre” de las fuerzas externas. (2006, pág. 412).

Los autores definen a la motivación como el conglomerado de eventos que empujan, guían y sostienen una determinada conducta. Estos eventos pueden ser internos, llamado “empuje” o externos llamados “arrastre”.

La motivación laboral son los procesos que están compuestos por la intensidad que a su vez comprende la cantidad de esfuerzo que ejercen los trabajadores para lograr los resultados esperados que denotan el desempeño de estos; conjuntamente con la dirección de la organización, que se divide en los beneficios de la organización que son distribuidos a los trabajadores en función a la calidad del esfuerzo por el real cumplimiento de metas por parte de estos; adicionalmente la persistencia

en el trabajo que se descompone en la persistencia de tiempo de los trabajadores para el correcto cumplimiento de objetivos trazados por la empresa y la adecuada ejecución de metas asignadas por la empresa.

1.3.1.1. Ciclo de la motivación

A partir de la teoría de las relaciones humanas, todo el acervo de las teorías psicológicas sobre la motivación fue aplicado en las organizaciones. El comportamiento es producto de la motivación. Esta es la tensión persistente que lleva a la persona alguna forma de comportamiento con el propósito de satisfacer una o más necesidades. De ahí el concepto de ciclo de la motivación: el organismo humano permanece en estado de equilibrio psicológico (Según Lewin, equilibrio de fuerzas psicológicas) hasta que un estímulo lo rompe y crea una necesidad. Esta provoca un estado de tensión que sustituye el estado de equilibrio. La tensión conduce a un comportamiento o acción para satisfacer la necesidad. Cuando esta es satisfecha, el organismo regresa a su estado de equilibrio inicial, hasta que surge otro estímulo. Toda satisfacción representa una liberación o una descarga de tensión. (2014, pág. 88).

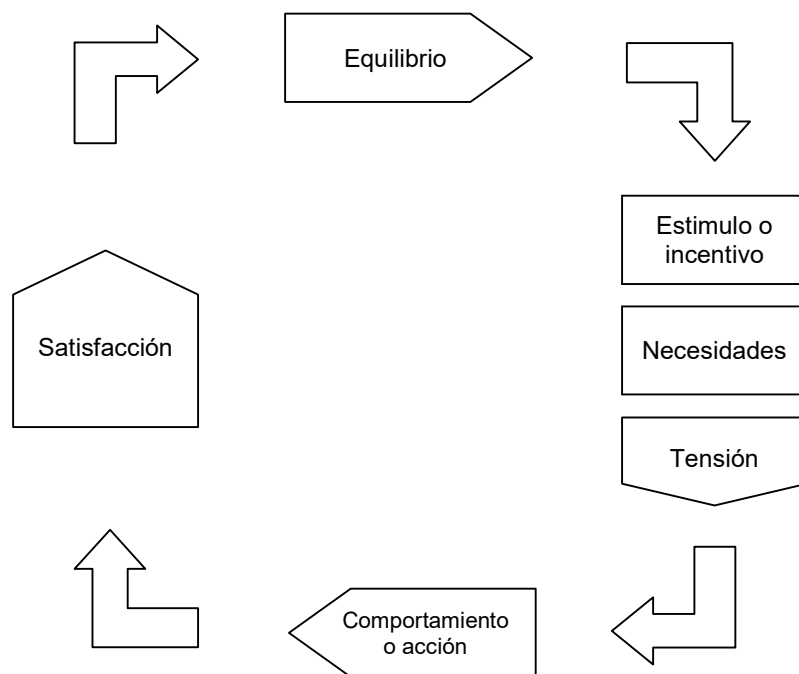


Figura 1. Etapas del ciclo motivacional que resultan en la satisfacción de necesidades.

Chiavenato explica que la motivación como tal es un ciclo que cuenta con 6 etapas: equilibrio, es la etapa inicial en la cual solo existe calma; estímulo o incentiva, es la segunda etapa la cual rompe el estado de calma anterior; creando una necesidad, es la tercera etapa que genera la cual da paso a la tensión; la que es la cuarta etapa, y reemplaza el estado de equilibrio. La tensión conduce al comportamiento; es la quinta etapa, o acción para satisfacer la necesidad. La satisfacción es la sexta y última etapa, que es previa a volver al estado de equilibrio, hasta que este es roto nuevamente por otro estímulo y crea una necesidad.

1.3.1.2. Frustración y compensación

No siempre es posible alcanzar plenamente la satisfacción de las necesidades, pues puede existir alguna barrera u obstáculo que lo impidan. Cuando esto ocurre, surge la frustración, la cual impide que se libere la tensión existente y mantiene el estado de desequilibrio y tensión.

Además de la satisfacción o la frustración de las necesidades, el ciclo motivacional puede tener una tercera solución: la compensación o transferencia. La compensación (o transferencia) se presente cuando la persona trata de cubrir una necesidad imposible de satisfacer mediante la satisfacción de otra necesidad complementaria o sustitutiva. De esta forma, la satisfacción de otra necesidad detiene la necesidad más importante y reduce o evita la frustración. (2014, pág. 88).

En un ideal, las necesidades son satisfechas, pero en realidad no siempre serán satisfechas, cuando esto se suscita pueden darse 2 eventos, o la frustración o en su defecto la compensación. Esta última se activa como mecanismo para liberar la tensión de una necesidad superior que no será satisfecha.

Toda necesidad no satisfecha motiva un comportamiento; sin embargo, si no se satisface dentro de un tiempo razonable, se convierte en motivo de frustración. Esto puede originar otros comportamientos como:

- Alteración del comportamiento. De manera súbita y sin razón aparente, la conducta de la persona frustrada comienza a mostrar desajustes lógicos.

- Agresividad. La persona frustrada puede incrementar su nivel de agresividad. La tensión acumulada se puede liberar por medio de la agresividad física, verbal, simbólica, etc.
- Reacciones emocionales. La tensión retenida porque no se ha satisfecho una necesidad puede provocar algunas reacciones anormales, tales como ansiedad, aflicción, estado nervioso intenso, insomnio, alteraciones de la circulación y la digestión, etc.
- Alienación y apatía. El desagrado debido a la necesidad insatisfecha puede ocasionar reacciones de alteración, apatía y falta de interés por alcanzar los objetivos frustrados como mecanismos inconscientes de defensa del ego.

De ahí la importancia de evitar la frustración en el comportamiento de las personas. (2014, pág. 88).

Debemos tener presente que de no brindar la debida importancia a las necesidades de los trabajadores, veremos deformaciones del comportamiento, tales como: alteración del comportamiento (eventos de desajustes lógicos), agresividad (incremento de agresividad, la tensión acumulada puede librarse a través de la agresividad física, verbal, etc.); las reacciones emocionales, que no es más que reacciones anormales a nivel anímico hasta llegar a alteraciones fisiológicas. Finalmente la alienación o apatía, que es el desagrado por la necesidad insatisfecha, la misma que ocasiona reacciones de alteración, apatía y falta de interés por alcanzar los objetivos frustrados; es un mecanismo de defensa del ego a nivel inconsciente.

1.3.1.3. Primeras teorías sobre la motivación

Estas fueron formuladas en la década de 1950.

Teoría de la jerarquía de las necesidades

Robbins y Judge afirman:

Fue enunciada por Abraham Maslow, quien planteó la hipótesis de que dentro de cada ser humano existe una jerarquía de cinco necesidades, las que fueron:

- a. Fisiológicas, incluyen hambre, ser, refugio, sexo y otras necesidades corporales.

- b. De seguridad, abarcan el cuidado y la protección contra los daños físicos y emocionales.
- c. Sociales o dependencia, incluyen el afecto, el sentido de pertenencia, la aceptación y la amistad.
- d. De estima, factores internos como el respeto a si mismo, la autoestima y el logro y factores externos como el estatus, el reconocimiento y la atención.
- e. De autorrealización, impulso para convertirse en aquello que uno es capaz de ser; incluye el crecimiento, el desarrollo del propio potencial y la autorrealización.

Según Maslow, cuando alcanza un nivel de satisfacción suficiente, la siguiente se vuelve dominante. Entonces, si usted desea motivar a alguien, necesita entender en qué nivel de la jerarquía se encuentra esa persona y concentrarse en satisfacer las necesidades de ese nivel o las superiores. [...].

La teoría de Maslow ha recibido reconocimiento amplio y duradero, sobre todo de los gerentes en funciones. Esto es atribuible a su lógica intuitiva y facilidad de comprensión, [...]. (2017, pág. 210).



Figura 2. Jerarquía de necesidades de Maslow

Fue una de las primeras teorías postuladas al respecto de la motivación, siendo esta parte de la corriente psicológica que postula la existencia de una tendencia humana básica hacia la salud mental. Esta teoría organizó las necesidades humanas desde las más básicas hasta las más elevadas; esta teoría explica que al ser cubierta una necesidad de menor jerarquía,

inmediatamente una superior se vuelve dominante. Esta es la teoría que más aceptación ha tenido en la comunidad.

Teoría de los dos factores

Robbins y Judge (2017). Con la premisa de que la relación de un individuo con el trabajo es fundamental, y que la actitud de alguien hacia su puesto de trabajo muy bien podría determinar el éxito o el fracaso, el psicólogo Frederick Herzberg se preguntó lo siguiente: “¿Qué espera la gente de su trabajo?”. Pidió a los individuos que describieran con detalle situaciones donde se sintieran excepcionalmente bien o mal respecto de sus puestos de trabajo. Las respuestas difirieron de manera significativa, lo cual condujo a Herzberg a plantear su teoría de los dos factores (también llamada teoría de la motivación e higiene, aunque este término no se utiliza mucho en la actualidad).

Los factores intrínsecos como el progreso, el reconocimiento, la responsabilidad y el logro parecen relacionarse con la satisfacción laboral. Los sujetos respondieron que se sentían bien con su trabajo mostraron tendencia a atribuir estos factores a si mismos, en tanto que los individuos insatisfechos tendían a citar factores intrínsecos, como la supervisión, el salario, las políticas de la compañía y las condiciones laborales.

Según Herzberg, los datos sugieren que lo opuesto a la satisfacción no es insatisfacción, como se solía pensar. Al eliminar las características insatisfactorias de un puesto de trabajo, este no se vuelve satisfactorio necesariamente. Herzberg propuso la existencia de un continuo doble: lo opuesto de “satisfacción” es “sin satisfacción” y lo contrario de “insatisfacción” es “sin insatisfacción”.

De acuerdo con la teoría de Herzberg, los factores que generan satisfacción laboral son diferentes de los que causan insatisfacción laboral. Por consiguiente, los gerentes que quieran eliminar los factores que producen la insatisfacción laboral quizá logren tranquilidad, pero no necesariamente motivación; apaciguaran a los trabajadores, pero no los motivaran. Condiciones como la calidad de la supervisión, el salario, las políticas de la empresa, las condiciones físicas del trabajo, las relaciones con los demás y la seguridad laboral son factores de higiene. Cuando estos factores son adecuados, la gente no se sentirá insatisfecha ni tampoco satisfecha. Si se desea motivar a las personas en su trabajo, se tienen que enfatizar factores asociados con el trabajo en si o con los resultados que derivan directamente de este, como las oportunidades de ascenso, las

oportunidades de desarrollo personal, el reconocimiento, la responsabilidad y el logro: son las características que los individuos consideran recompensas intrínsecas.

La teoría de los dos factores no cuenta con mucho apoyo de las investigaciones. Las críticas se centran en la metodología original que utilizó Herzberg y en sus supuestos como la aseveración de que la satisfacción está muy relacionada con la productividad. Estudios posteriores también han demostrado que, si la higiene y los factores motivacionales tuvieran la misma importancia para una persona, ambos serían capaces de actuar como motivadores.

A pesar de las críticas, la teoría de Herzberg ha ejercido una gran influencia y actualmente está siendo utilizada en muchas investigaciones en Asia. Pocos gerentes del mundo no están familiarizados con sus recomendaciones. (2017, págs. 211, 212).

El psicólogo Frederick Herzberg planteó la teoría de los factores o la teoría de la motivación e higiene, que plantea la existencia de que un factor que genera insatisfacción al ser satisfecho no necesariamente genera una satisfacción, por el contrario, se transforma en un factor de no insatisfacción; es un factor que es un contrario automático.

Teoría de las necesidades de McClelland

[...]

La teoría de las necesidades de McClelland fue desarrollada por David McClelland y sus colaboradores. A diferencia, por ejemplo, de la jerarquía de Maslow, esas necesidades son más parecidas a factores motivacionales que a estrictas necesidades de supervivencia. Son tres:

- 1.- La necesidad de logro (nLog) es el impulso por sobresalir, por tener éxito respecto de un conjunto de estándares.
- 2.- La necesidad de poder (nPod) es la necesidad de hacer que otros se comporten de una manera que no lograría con ningún otro medio.
- 3.- La necesidad de afiliación (nAfi) es el deseo de tener relaciones interpersonales amigables y cercanas.

McClelland e investigadores posteriores centraron su atención en la nLog. Quienes tienen una alta necesidad de logro se desempeñan mejor cuando perciben que la probabilidad de éxito es de 0.5, es decir, cuando estiman que la posibilidad de triunfar es de 50-50. No les gusta intervenir en situaciones muy desfavorables, pues no los satisface el éxito que se

obtiene por casualidad. De manera similar; no les agrada aquellas muy favorables (con alta probabilidad de triunfar) porque entonces no encuentran un desafío para sus habilidades. Les gusta fijar metas que les exijan esforzarse un poco.

Con base en una gran cantidad de investigaciones, es posible hacer algunas predicciones entre la necesidad de logro y el desempeño laboral. En primer lugar, cuando los puestos de trabajo implican mucha responsabilidad personal, retroalimentación y un nivel intermedio de riesgo, los individuos con una alta necesidad de logro se sienten muy motivados. En segundo lugar, una gran necesidad de logro no necesariamente convierte a una persona en un buen administrador, sobre todo en las grandes organizaciones. Los individuos con alta necesidad de logro se interesan en su buen desempeño personal y no en influir en otros para que trabajen bien. En tercer lugar, las necesidades de afiliación y poder suelen estar muy relacionadas con el éxito gerencial. Los mejores gerentes tienen mucha necesidad de poder y poca de afiliación.

[...]

Es difícil medir el grado en que cada individuo posee las tres necesidades y, por consiguiente, es difícil poner la teoría en práctica. Es muy común encontrar situaciones donde los gerentes que están conscientes de estos impulsos motivacionales califican a los empleados con base en observaciones hechas a lo largo del tiempo. Por lo tanto, los conceptos son útiles, pero no se utilizan a menudo de manera objetiva. (2017, pág. 214).

David McClelland postula la existencia de tres necesidades: de logro, poder y afiliación. De estas la que tuvo mayor atención fue la necesidad de logro, pues se observó que los individuos que perciben una necesidad de logro se desempeñan mejor en ambientes en los cuales se observa niveles de dificultad, mientras que se desaniman y ven poco atractivo el esforzarse.

1.3.1.4. Teorías contemporáneas de la motivación

Teoría de la autodeterminación

[...]

Esta teoría plantea que la gente prefiere sentir que tiene control sobre sus acciones, de manera que cualquier situación que haga que una tarea que antes se disfrutaba, ahora se experimente más como una obligación que como una actividad que se eligió con liberar, reducirá la motivación. La

teoría se utiliza ampliamente en psicología, administración, educación e investigación médica.

Gran parte de los estudios sobre la teoría de la autodeterminación en el CO se ha enfocado en la teoría de la evaluación cognitiva, una teoría complementaria que propone que las recompensas extrínsecas tienden a disminuir el interés intrínseco en una tarea. Cuando los individuos reciben un pago por su trabajo, sienten que se trata de algo que tienen que hacer y no algo que quieren hacer. La teoría de la autodeterminación también establece que las personas, además de sentirse impulsadas por una necesidad de autonomía, buscan como ser competentes y hacer conexiones positivas con los demás. Sus principales implicaciones se relacionan con las recompensas laborales.

[...]

Un concepto derivado recientemente de la teoría de la autodeterminación es la autoconsistencia, el cual se refiere a que tan congruentes son los motivos de las personas por alcanzar las metas con sus intereses y valores esenciales. Investigaciones del CO sugieren que las personas que persiguen metas laborales por razones intrínsecas se sienten más satisfechas con su trabajo, se sienten mejor adaptadas a su organización y suelen tener un mejor desempeño. En las diferentes culturas, si los individuos buscan metas por un interés intrínseco, es más probable que las alcancen, se sentirán más felices cuando lo hagan, pero también estarán felices incluso si no las logran. ¿Por qué? Porque el proceso de trabajar hacia una meta es divertido, no importa si la meta se alcanza o no. Investigaciones recientes revelan que cuando las personas no disfrutan su trabajo por razones intrínsecas, aquellos que trabajan porque se sienten obligados a hacerlo pueden tener un desempeño aceptable, aunque experimentan mayores niveles de estrés. En cambio, quienes buscan metas por razones extrínsecas (dinero, estatus u otros beneficios), tienen menos posibilidades de lograr sus metas y se sienten menos felices cuando la hacen. ¿Por qué? Porque las metas son menos significativas para ellos.

[...]

(2017, pág. 215).

Esta teoría plantea que las personas se sienten más cómodas al percibir que tienen control sobre sus acciones, al mantenerse esta premisa las personas disfrutan y mantienen el compromiso por motivos intrínsecos; mientras que al percibir un pago por la misma actividad está se transforma en una obligación, sintiendo que es algo que deben hacer y no

algo que quieren hacer. Estas investigaciones revelan que las personas que buscan objetivos intrínsecos en su trabajo son más felices.

Teoría del establecimiento de metas

[...]

Las investigaciones sobre la teoría del establecimiento de metas, planteada por Edwin Locke, revelan efectos impresionantes acerca de la especialidad, el desafío y la retroalimentación de las metas sobre el desempeño. Según esta teoría, las intenciones de trabajar para alcanzar una meta se consideran una fuente poderosa de motivación laboral.

La teoría del establecimiento de metas tiene un gran apoyo empírico. Las evidencias sugieren con firmeza que las metas específicas incrementan el desempeño; que las metas difíciles, cuando se aceptan, dan como resultado un desempeño más alto que las metas fáciles; y que la presencia de retroalimentación genera un mejor desempeño que su ausencia. ¿Por qué? En primer lugar, la especificidad en si misma parece actuar como un estímulo interno. [...]

En segundo lugar, si factores como la aceptación de las metas permanecen constantes, cuando más difícil sea la meta, mayor será el nivel de desempeño. Desde luego, resulta lógico suponer que las metas más fáciles tienen mayores probabilidades de ser aceptadas. Pero una vez que acepta una tarea difícil, se esperaría que el individuo muestre un esfuerzo más intenso para tratar de conseguirla.

En tercer lugar; las personas se desempeñan mejor cuando reciben retroalimentación sobre su progreso hacia las metas porque esto la ayuda a identificar las discrepancias entre lo que han hecho y lo que quisieran hacer, es decir; la retroalimentación tiene la misma eficacia. Se ha visto que la retroalimentación autogenerada – mediante la cual los individuos son capaces de vigilar su propio progreso o recibir retroalimentación del propio proceso de la tarea – es un motivador más poderoso que la retroalimentación que se genera externamente.

[...]

(2017, págs. 216 - 217).

La teoría del establecimiento de metas de Edwin Locke, maneja tres premisas: 1.- cuando el trabajador se compromete en el objetivo a pesar de que este sea difícil, se observa un desempeño superior; 2.- cuando las aceptaciones de las metas son constantes, cuanto más difíciles sean las

metas, mayor será el desempeño; y 3.- las personas se desempeñan mejor cuando reciben una retroalimentación adecuada mantienen la misma eficacia.

Existen tres factores que influyen en la relación entre las metas y el desempeño: el compromiso con las metas, las características de la tarea y la cultura nacional.

Compromiso con las metas: La teoría del establecimiento de metas presupone que un individuo está comprometido con la meta y determinado a no reducirla ni abandonarla. El individuo a) piensa que puede alcanzar la meta y b) quiere alcanzarla. Es más probable que el compromiso con la meta ocurra cuando esta se hace pública, cuando el individuo tiene un locus interno, cuando las metas las establece el propio individuo en vez de que otros se las asignen y cuando se basan, al menos parcialmente, en habilidades individuales.

Características de la tarea: En sí mismas las tareas parecen influir en el desempeño mas significativamente cuando las tareas son sencillas en vez de complejas, cuando están bien aprendidas en vez de ser novedosas, cuando son independientes en vez de interdependientes y cuando tienen altas probabilidades de ser logradas. Paradójicamente, es más probable que los individuos que autoafirman sus valores esenciales abandonen la búsqueda de sus metas después de un fracaso inicial, quizá porque internalizan con mayor firmeza que los demás las implicaciones del fracaso.

Cultura nacional: Es probable que el establecimiento de metas individuales específicas y difíciles tenga efectos diferentes en diversas naciones. En las culturas colectivas y con una gran distancia del poder, las metas moderadas alcanzables suelen ser más motivadoras que las metas difíciles. Por último, parece que las metas asignadas generan más compromiso en las culturas con mayor distancia del poder. Sin embargo, las investigaciones no han demostrado que las metas grupales sean más efectivas en las culturas colectivistas que en las individualistas. Se requieren más investigaciones para determinar si existen diferencias en los constructos de las metas entre las distintas culturas.

[...] (2017, págs. 217 - 218).

Edwin Locke dice que la relación entre las metas y el desempeño son: el compromiso con las metas, las características de la tarea y la cultura

nacional. 1.- El compromiso con las metas: el sujeto se ha comprometido con la meta y no va a reducir su desempeño ni va a abandonar esta; él piensa que puede lograr el objetivo y quiere alcanzarlo; 2.- Características de las tareas: las metas influyen en el desempeño más significativamente cuando las tareas son sencillas en vez de complejas, ya que el individuo tiene confianza en lograr exitosamente la tarea, pues es muy probable que ya tenga experiencia con ella; y, 3.- Cultura nacional: el establecimiento de metas individuales específicas y difíciles tendrán efectos diferentes en diversas naciones.

1.3.1.5. Otras teorías contemporáneas acerca de la motivación

Teoría de la autoeficacia

También conocida como teoría cognitiva social o teoría del aprendizaje social se refiere a la convicción que tiene el individuo de que es capaz de realizar una tarea. Cuando mayor sea la autoeficacia, más confianza se tendrá en la propia capacidad para lograr el éxito. Por consiguiente, en situaciones difíciles las personas con baja autoeficacia suelen disminuir su esfuerzo o rendirse; mientras que los individuos con un alto nivel de autoeficacia tratan con más ahínco superar el desafío. La autoeficacia puede crear un círculo virtuoso donde los individuos con una elevada eficacia se involucran más en sus tareas, lo que a su vez mejoraría su desempeño, incrementando aún más su eficacia. Un estudio reciente plantea otra explicación: que la autoeficacia está relacionada con un mayor nivel de atención enfocada, la cual conlleva a un mejor desempeño de la tarea.

[...]

Albert Bandura, el investigador que desarrolló la teoría de la autoeficacia, afirma que hay cuatro maneras de aumentarla: 1.- Dominio en el acto, 2.- Modelamiento vicario, 3.- Persuasión verbal, y 4.- Activación.

La fuente más importante para aumentar la autoeficacia es el dominio en el acto, que consisten en obtener experiencia relevante en la tarea o en el puesto de trabajo. Si en el pasado usted ha sido capaz de realizar una actividad con éxito, entonces se sentirá más confiado de poder hacerla en el futuro.

La segunda fuente es el modelamiento vicario, que consiste en adquirir más confianza debido a que se observa a alguien más realizar la tarea. [...]

La tercera fuente es la persuasión verbal, que se refiere en adquirir más confianza debido a que alguien lo convence de que tienen las habilidades necesarias para triunfar. Los oradores motivacionales utilizan mucho esta táctica.

Por último, la activación incrementa la autoeficacia. La activación produce un estado de energía, en el cual la persona se “mentaliza”, se sintoniza con la tarea y se desempeña mejor. [...] (2017, págs. 221 - 222).

La teoría cognitiva social o teoría del aprendizaje social se refiere a la confianza que tiene el individuo de ser capaz de cumplir la tarea; cuando mayor sea su autoeficacia mayor será su confianza para lograr el éxito. Albert Bandura, investigador que desarrollo la teoría de la autoeficacia, afirma que existen cuatro formas de aumentarla: 1.- dominio del acto: que no es otra cosa que tener experiencia relevante en el puesto de trabajo; 2.- modelamiento vicario: que es adquirir la confianza debido a que se observa a alguien realizar la tarea; 3.- persuasión verbal: que es adquirir confianza debido a que alguien lo convence de tener las habilidades necesarias para triunfar; y, 4.- activar: produce un estado de energía, en la cual el individuo se “mentaliza”, sintoniza con la tarea y se desempeña mejor.

Teoría del reforzamiento

Robbins & Judge, afirman:

[...], la teoría del reforzamiento se deriva de una perspectiva conductista, y señala que el reforzamiento condiciona el comportamiento. [...] Los teóricos del reforzamiento ven el comportamiento como algo causado por el entorno; afirman que no es necesario considerar los eventos cognitivos internos; lo que controla al comportamiento son los reforzadores: cualquier consecuencia que siga de inmediato a una respuesta incrementa la probabilidad de que la conducta se repita.

[...]

Condicionamiento operante/conductismo y reforzamiento

La teoría del condicionamiento operante, quizás el componente más importante de la teoría del reforzamiento para la administración, plantea que los seres humanos aprenden a comportarse de cierta forma para obtener algo que quieren, o bien, para evitar algo que no desean. A

diferencia del comportamiento reflexivo o no aprendido, la conducta operante está influida por el reforzamiento o por la falta de este, originada por sus consecuencias. Por tanto, el reforzamiento favorece una conducta e incrementa la probabilidad de que se repita.

B.F. Skinner; uno de los principales representantes del condicionamiento operante, demostró que la gente casi siempre emite las conductas deseadas, si se le aplica un refuerzo positivo al hacerlo; estas recompensas son más eficaces si aparecen inmediatamente después de la respuesta deseada. Si la conducta no es recompensada o se castiga, disminuyen las probabilidades de que se repita. El concepto del condicionamiento operante forma parte de la idea más general de Skinner denominada conductismo, el cual plantea que la conducta surge después de los estímulos en una forma relativamente irreflexiva. El conductismo radical de Skinner rechaza los sentimientos, los pensamientos y otros estados mentales como causas del comportamiento. En resumen, los individuos aprenden a asociar un estímulo y una respuesta, pero el conocimiento consciente de esa asociación es irrelevante. [...] (2017, págs. 221 - 223).

B. F. Skinner es el principal representante del condicionamiento operante, que señala que el reforzamiento condiciona el comportamiento. Demostró que la gente casi siempre emite las conductas deseadas, si se le aplica un refuerzo positivo al hacerlo, las recompensas son más eficaces si aparecen después de la respuesta deseada. Si la conducta no es recompensada o se castiga, disminuyen las probabilidades de que se repita. Los individuos aprenden a asociar un estímulo y una respuesta.

Teoría de la equidad y justicia organizacional

[...]

Con base en la teoría de la equidad, los empleados que perciben desigualdad tomarán alguna de las siguientes decisiones:

- Cambian sus insumos (aportaciones) (se esfuerzan menos si reciben un salario bajo, o se esfuerzan más si ganan más que otros).
- Cambian sus productos (resultados) (los individuos que trabajan a destajo pueden incrementar su salario al producir una mayor cantidad de unidades de menor calidad).

- Distorsionan las percepciones de su mismos (“Pensaba que trabaja a un ritmo moderado, pero ahora me doy cuenta de que trabajo más duro que cualquiera”).
- Distorsionan las percepciones de los demás (“El trabajo de Mike no es tan bueno como yo creía”).
- Elijen un referente distinto (“No gano tanto como mi cuñadito, pero me va mucho mejor que a mi papa cuando él tenía mi edad”).
- Abandonan (renuncian al trabajo).

[...]

Justicia distributiva: La justicia distributiva se relaciona con la equidad de resultados con el salario y las recompensas que reciben los trabajadores. Las recompensas se pueden asignar de muchas maneras.

[...]

Justicia procedimental: Aunque los empleadores están muy interesados en cuáles son los resultados que se distribuyen (justicia distributiva), también les preocupa cómo se distribuyen. Mientras que la justicia distributiva se refiere a que resultados son los que se asignan, la justicia procedimental evalúa como se asignan.

[...]

Justicia de información: Más allá de los resultados y los procedimientos, las investigaciones han demostrado que los empleados se interesan en otros dos tipos de justicia, relacionados con el trato que reciben cuando interactúan con los demás. El primer tipo es la justicia de información, la cual refleja si los gerentes ofrecen a los trabajadores explicaciones acerca de las decisiones fundamentales y los mantienen informados de asuntos organizacionales importantes. Cuando más detallados y honestos sean los gerentes con sus subalternos, mejor será el trato que perciben recibir.

[...]

Justicia interpersonal: El segundo tipo de justicia que es relevante para las interacciones de los gerentes y de los trabajados es la justicia interpersonal, la cual refleja si los empleados son tratados con dignidad y respeto. [...], la justicia interpersonal es única debido a que se presenta en las interacciones cotidianas entre los gerentes y subalternos.

[...] (2017, págs. 224 - 228) .

La teoría de la equidad los empleados perciben la desigualdad tomaran las siguientes decisiones: se esforzaran menos si reciben un salario bajo o se esfuerzan más si ganan más que otros; cambian sus productos, para incrementar sus ingresos sacrifican la calidad del resultado final; distorsionan la percepción de ellos mismos; “pensaba que trabajaba igual

que todos, pero me doy cuenta que trabajo más que todos”; distorsionan la percepción de los demás: “su trabajo no era tan bueno”; eligen un referente distinto: “no gano tanto como mi cuñado, pero gano más que mi padre a mi edad”; abandonan: renunciar.

La justicia distributiva: se relaciona con la equidad de resultados con los salarios y las recompensas que reciben los trabajadores; justicia procedimental: los trabajadores se preocupan como se distribuyen; justicia de información: refleja si los gerentes ofrecen a los trabajadores información sobre decisiones fundamentales y los mantienen informados de asuntos organizacionales; y, justicia interpersonal: que refleja si los empleados son tratados con dignidad y respeto.

Teoría de las expectativas

[...]

La teoría de las expectativas establece que la fuerza de nuestra tendencia de actuar de cierta manera depende de la magnitud de la expectativa que tenemos de obtener un resultado dado y de su atractivo. En términos prácticos, los individuos se sentirán motivados a esforzarse más cuando crean que eso los llevara a obtener una buena evaluación de desempeño, que una buena evaluación les proporcionara recompensas organizacionales como aumentos de salario o recompensas intrínsecas, y que las recompensas satisfarán sus metas personales. Por tanto, la teoría se centra en tres relaciones:

- Relación esfuerzo-desempeño. La probabilidad que percibe el individuo de que cierta magnitud de esfuerzo conducirá el desempeño.
- Relación desempeño-recompensa. Grado en que el individuo cree que el desempeño a un nivel específico llevara a la obtención del resultado deseado.
- Relación recompensas-metas personales. Grado en que las recompensas organizacionales satisfacen las metas o necesidades personales de un individuo, y el atractivo que tienen estas recompensas potenciales para él.

[...] (2017, págs. 229 - 230).

La teoría de las expectativas explica que la fuerza de nuestra tendencia de actuar de cierta manera depende de la magnitud de la expectativa que

tenemos de obtener un resultado y del atractivo de este. Es decir, los individuos se esforzarán más cuando creen que eso les permitirá llevar una buena evaluación de desempeño y eso a su vez se reflejara en recompensas organizacionales como aumentos u otras recompensas.

1.3.2. Productividad

Chiavenato dice:

Productividad: una organización es productiva cuando alcanza sus objetivos al transformar sus insumos o entradas en resultados cada vez mayores al costo más bajo posible. La productividad es una medida del desempeño que incluye la eficiencia y la eficacia. La eficiencia es el uso adecuado de los recursos disponibles, es decir, hace hincapié en los medios y los procesos. La eficacia es el cumplimiento de metas y objetivos perfectamente definidos; en este caso lo más importante son los fines y los resultados. Una empresa es eficaz cuando satisface con éxito las aspiraciones de sus clientes y es eficiente cuando lo hace con un costo bajo. Si una empresa mejora sus métodos y procesos tiende a aumentar su eficiencia. Si supera sus metas y objetivos eleva su eficacia. (2017, pág. 10).

El autor define a la productividad como la conjunción del número de elementos transformados con los elementos utilizados para hacerlos, es decir el coeficiente de lo hecho y con que se gastó para hacerlo.

Robbin y Judge (2017), dicen:

El nivel de análisis más elevado en el comportamiento organizacional es la organización en su conjunto. Una empresa es productiva cuando logra sus metas al transformar más insumos en productos, al menor costo. Por lo tanto, la productividad requiere tanto de eficacia como de eficiencia. (2017, pág. 31).

Los autores nos recuerdan que el análisis más importante en el comportamiento organización es la organización en sí. Siendo una empresa productiva cuando logra sus metas al transformar más insumos en productos terminados al menor costo.

Robbins y Coulter dicen:

Por productividad queremos decir la producción general de bienes y servicios dividida entre los insumos necesarios para generar esa producción. Para los países, una productividad elevada puede generar crecimiento económico y desarrollo. Los empleados reciben mejores salarios y las utilidades empresariales aumentan sin ocasionar inflación. Para las organizaciones individuales, el aumento de la productividad les proporciona una estructura de costos más competitiva y la capacidad de ofrecer precios más competitivos. (2005, pág. 491).

Los autores definen la productividad como índice resultante de la generación de bienes o servicios dividida entre los insumos necesarios para generar estos. A nivel país esta puede generar crecimiento económico y desarrollo, que a su vez genera incremento económico para los empleados y las empresas.

El Diccionario de la Real Academia Española define:

Cualidad de productivo. 2. f. Capacidad o grado de producción por unidad de trabajo, superficie de tierra cultivada, equipo industrial, etc. 3. f. Econ. Relación entre lo producido y los medios empleados, tales como mano de obra, materiales, energía, etc. (Real Academia Española)

Es la relación entre lo producido y los medios empleados para esto.

La productividad es una medida del desempeño que incluye la eficacia, que comprende el tiempo que utilizan los trabajadores para el logro de resultados; adicionalmente la eficiencia, que suman los resultados utilizados por la empresa y el control de procesos que efectúa la empresa para el logro de los resultados.

1.4. Formulación del problema

Hernández Sampieri nota:

[...]

No siempre en la pregunta o las preguntas se comunica el problema en su totalidad, con toda su riqueza y contenido. A veces se formula solamente el propósito del estudio, aunque las preguntas deben resumir lo que habrá de ser la investigación. Al respecto, no podemos decir que haya una sola

forma correcta de expresar todos los problemas de investigación, pues cada uno requiere un análisis particular; pero las preguntas generales tienen que aclararse y delimitarse para esbozar el campo del problema y sugerir actividades pertinentes para la investigación (Ferman y Levin, 1979).

[...]

Cuanto más precisas son las preguntas, más fácilmente se responden, y esto deben tomarlo en cuenta sobre todo los estudiantes que se inician en la investigación. Desde luego, hay macroestudios en los que se investigan muchas dimensiones de un problema y que, inicialmente, llegan a plantear preguntas más generales. Sin embargo, casi todos los estudios versan sobre cuestiones más específicas y limitadas. (2014, págs. 38 - 39).

La formulación del problema de investigación obedece a responder el objetivo de la investigación, cabe indicar que no existe una forma correcta de expresar todos los problemas de investigación.

1.4.1. Problema principal

¿Qué relación tiene la motivación laboral y la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?

1.4.2. Problemas específicos

1. ¿Qué relación tiene la motivación laboral y la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?
2. ¿Qué relación tiene la motivación laboral y la eficiencia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?

1.5. Justificación del estudio

Hernández. Sampieri dice:

[...] La mayoría de las investigaciones se ejecutan con un propósito definido, pues no se hacen simplemente por capricho de una persona, y ese propósito debe ser lo suficientemente significativo para que se justifique su realización. Además, en muchos casos se tiene que explicar por qué es conveniente llevar a cabo la investigación y cuáles son los beneficios que se derivarán de ella: el pasante deberá exponer a un comité escolar el valor de la tesis que piensa realizar, el investigador universitario hará lo mismo con el grupo de personas que aprueban proyectos de investigación en su

institución e incluso con sus colegas, el asesor tendrá que aclarar a su cliente las bondades que se obtendrán de un estudio determinado, el subordinado que propone una investigación a su superior deberá dar razones de su utilidad. Lo mismo ocurre en todos los casos; siempre es importante la justificación. (2014, pág. 40).

Hernández Sampieri nos dice que las investigaciones se ejecutan con algún propósito, el mismo que debe ser justificado para efectuarlo.

1.5.1. Justificación teórica

La presente investigación se ha realizado porque se considera conveniente que con un buen manejo de la motivación laboral esta se verá reflejada en la productividad; la relación de estas dos variables, en la presente investigación se considera importante mantener la motivación laboral para el crecimiento económico.

Por las debilidades encontradas en la empresa, se realizará la presente investigación en base a teorías, antecedentes internacionales y nacionales para enriquecer el conocimiento teórico sobre las variables de estudio, con la finalidad de identificar y evaluar la motivación laboral y la productividad.

1.5.2. Justificación metodológica

La presente investigación es de tipo aplicada, de nivel descriptivo correlacional, diseño no experimental de corte transversal, método hipotético deductivo, enfoque cualitativo con la finalidad de medir el grado de relación entre las variables de estudio. Se recolectará datos mediante la técnica de encuesta y como instrumento el cuestionario de respuestas tipo Likert, que serán validados por juicio de expertos. La confiabilidad se medirá mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach en base a los datos que se recoja de la muestra. Para el análisis descriptivo e inferencial se utilizará el programa estadístico SPSS Ver. 25.

1.5.3. Justificación práctica

De acuerdo a los objetivos de estudio, su resultado permitirá encontrar soluciones concretas a problemas de motivación laboral y productividad,

que repercuten en los intereses de la empresa TRIATHLON SAC; con tales resultados se tendrá también la posibilidad de proponer recomendaciones que garanticen una buena gestión.

1.6. Hipótesis

Hernández Sampieri, afirma:

Las hipótesis son las guías de una investigación o estudio. Las hipótesis indican lo que tratamos de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado. Se derivan de la teoría existente y deben formularse a manera de proposiciones. De hecho, son respuestas provisionales a las preguntas de investigación. (2014, pág. 104).

Hernández Sampieri nos dice que las hipótesis son las guías en la investigación, estas nos indican que deseamos probar y conceptualizan respuestas tentativas sobre la investigación. Su formulación es a manera de proposición y son respuestas provisionales a las preguntas de investigación.

1.6.1. Hipótesis general

La motivación laboral tiene una relación con la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.

1.6.2. Hipótesis específicas

1. La motivación laboral tiene una relación con la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.
2. La motivación laboral tiene una relación con la eficiencia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.

1.7. Objetivos

Hernández Sampieri, afirma:

En primer lugar, es necesario establecer qué se pretende con la investigación, es decir, cuáles son sus objetivos. Con unas investigaciones se busca, ante todo, contribuir a resolver un problema en especial; en tal caso, debe mencionarse cuál es ese problema y de qué manera se piensa que el estudio ayudará a resolverlo. Otras investigaciones tienen como objetivo principal probar una teoría o aportar evidencias empíricas a favor de ella. Los objetivos deben expresarse con claridad

y ser específicos, medibles, apropiados y realistas —es decir, susceptibles de alcanzarse (Tucker, 2004)—. Son las guías del estudio y hay que tenerlos presentes durante todo su desarrollo. Al redactarlos, es habitual utilizar verbos y derivados del tipo: “describir”, “determinar”, “demostrar”, “examinar”, “especificar”, “indicar”, “analizar”, “estimar”, “comparar”, “valorar” y “relacionar” respecto de los conceptos o variables incluidas. Evidentemente, los objetivos que se especifiquen deben ser congruentes entre sí. (2014, pág. 37).

Hernández Sampieri nos comenta de la importancia de definir cuál es el objetivo de la investigación, y de qué forma se contribuye en resolver un problema en especial; los objetivos deben expresarse con claridad, estas son guías de estudio y deben estar presentes en todo el desarrollo de la investigación.

1.7.1. Objetivo general

Determinar la relación entre la motivación laboral y la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.

1.7.2. Objetivos específicos

1. Determinar la relación entre la motivación laboral y la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.
2. Determinar la relación entre la motivación laboral y la eficiencia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.

METODO

II. METODO

2.1. Diseño de investigación

Según Hernández Sampieri, el enfoque de la presente investigación es cuantitativo

En el enfoque cuantitativo, el investigador utiliza sus diseños para analizar la certeza de las hipótesis formuladas en un contexto en particular o para aportar evidencias respecto de los lineamientos de la investigación (si es que no se tienen hipótesis) (2014, pág. 128).

2.1.1. Método de la investigación

El método que se utilizó para la presente investigación fue, hipotético deductivo ya que se demostrara si las hipótesis son verdaderas o no.

2.1.2. Tipo de investigación

El tipo será básico debido a que únicamente se recogerá información de la situación para su posterior análisis.

2.1.3. Nivel de investigación

Descriptivo correlacional ya que se pretende conocer el grado de vinculación de una variable con la otra.

Según Hernández, R (2014), “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.” (p.155)

Según Hernández, R (2014), Correlacional, “Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular.” (p.146)

2.1.4. Diseño de investigación

Se utilizará el diseño no experimental, ya que observaremos situaciones reales, sin ningún tipo de manipulación en las variables, es decir, se trabaja en base a hechos que ya ocurrieron.

Transversal porque se realizará una recolección de datos en un momento determinado, esto se llevará a cabo mediante un instrumento, en este caso la encuesta.

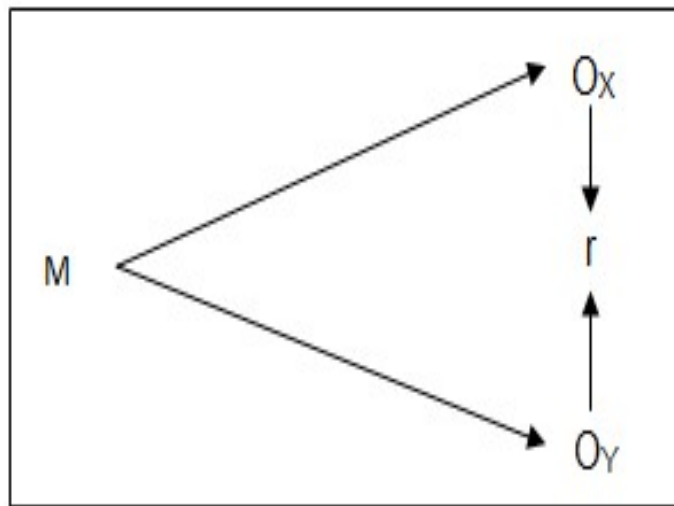


Figura 3. Esquema del diseño correlacional.

Donde

M es la muestra del estudio.

Ox representa las mediciones de la variable comunicación

Oy representa las mediciones de la variable trabajo en equipo.

“r” hace mención a la posible relación entre ambas variables.

Según Hernández, R (2014), “El diseño no experimental podría definirse como la investigación sistemática y empírica en la que las variables no se manipulan porque ya han sucedido. (p.153).

Según Hernández, R (2014), “Los diseños de investigación transaccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único (Liu, 2008 y Tucker, 2004) su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (p.154).

Según Hernández, R. (2014), Enfoque cuantitativo, “Usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.” (p.156)

2.2. Variables, operacionalización

2.2.1. Variables

Hernández Sampieri define:

[...] Una variable es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse. [...]. El concepto de variable se aplica a personas u otros seres vivos, objetos, hechos y fenómenos, los cuales adquieren diversos valores respecto de la variable referida. [...]

Las variables adquieren valor para la investigación científica cuando llegan a relacionarse con otras variables, es decir, si forman parte de una hipótesis o una teoría. En este caso, se les suele denominar constructos o construcciones hipotéticas. (2014, pág. 105).

Hernández Sampieri cita que una variable adquiere valor para la investigación cuando se relacionan con otras variables si forman parte de la hipótesis o una teoría.

Variable 1: Motivación laboral

Definición conceptual

Robbin y Judge dicen: Se define la motivación como los procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza una persona para alcanzar una meta. [...]

La intensidad se refiere a la cantidad de esfuerzo que hace alguien. Es el elemento en que la mayoría se centra cuando habla de motivación. Sin embargo, es improbable que la intensidad elevada conduzca a resultados favorables en el desempeño laboral, a menos que el esfuerzo se oriente en una dirección que beneficie a la organización. Por tanto, tenemos que considerar tanto la cantidad del esfuerzo como su intensidad. El esfuerzo que nos interesa está dirigido hacia las metas de la organización y que es consistente con aquellas. Por último, la motivación tiene una dimensión de persistencia, es decir, por cuanto tiempo la persona será capaz de mantener su esfuerzo. Los individuos motivados permanecen en una tarea lo suficiente como para alcanzar su objetivo. (2005, pág. 209).

Dimensiones:

- Intensidad,
- Dirección,
- Persistencia del esfuerzo.

Variable 2: Productividad

Definición conceptual

Productividad: una organización es productiva cuando alcanza sus objetivos al transformar sus insumos o entradas en resultados cada vez mayores al costo más bajo posible. La productividad es una medida del desempeño que incluye la eficiencia y la eficacia. La eficiencia es el uso adecuado de los recursos disponibles, es decir, hace hincapié en los medios y los procesos. La eficacia es el cumplimiento de metas y objetivos perfectamente definidos; en este caso lo más importante son los fines y los resultados. Una empresa es eficaz cuando satisface con éxito las aspiraciones de sus clientes y es eficiente cuando lo hace con un costo bajo. Si una empresa mejora sus métodos y procesos tiende a aumentar su eficiencia. Si supera sus metas y objetivos eleva su eficacia. (2017, pág. 10).

Dimensiones:

- Eficacia,
- Eficiencia.

2.2.2. Operacionalización

Hernández Sampieri dice:

Una definición operacional constituye el conjunto de procedimientos que describe las actividades que un observador debe realizar para recibir las impresiones sensoriales, las cuales indican la existencia de un concepto teórico en mayor o menor grado (Reynolds, 1986, p. 52). En otras palabras, especifica qué actividades u operaciones deben realizarse para medir una variable e interpretar los datos obtenidos (Hernández-Sampieri et al., 2013). Una definición operacional nos dice que para recoger datos respecto de una variable, hay que hacer esto y esto otro, además articula los procesos

o acciones de un concepto que son necesarios para identificar ejemplos de éste (MacGregor, 2006). (2014, pág. 120).

Hernández Sampieri nos dice que operacionalizar una variable significa traducir la variable a indicadores, es decir, traducirlos conceptos hipotéticos a unidades de medición.

Tabla 1. Matriz de operacionalización de la variable: Motivación laboral

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO
Motivación laboral	<p>Robbin y Judge dicen: Se define la motivación como los procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza una persona para alcanzar una meta. [...]</p> <p>La intensidad se refiere a la cantidad de esfuerzo que hace alguien. Es el elemento en que la mayoría se centra cuando habla de motivación. Sin embargo, es improbable que la intensidad elevada conduzca a resultados favorables en el desempeño laboral, a menos que el esfuerzo se oriente en una dirección que beneficie a la organización. Por tanto, tenemos que considerar tanto la cantidad del esfuerzo como su intensidad. El esfuerzo que nos interesa está dirigido hacia las metas de la organización y que es consistente con aquellas. Por último, la motivación tiene una dimensión de persistencia, es decir, por cuanto tiempo la persona será capaz de mantener su esfuerzo. Los individuos motivados permanecen en una tarea lo suficiente como para alcanzar su objetivo. (Robbins & Judge, 2017, pág. 209).</p>	<p>La motivación laboral se medirá a través sus características: intensidad, que será medida a través de la cantidad de esfuerzo, resultados y desempeño; la dirección, será medida a través de sus atributos beneficios de la organización, calidad de esfuerzo y cumplimiento de metas; y la persistencia en el trabajo, que será medida a través de sus componentes persistencia de tiempo, cumplimiento de objetivo y ejecución de metas. La motivación laboral será medida a través de un cuestionario cerrado en la escala Likert.</p>	Intensidad	Cantidad de esfuerzo	1, 2, 3	Escala Likert
				Resultados	4, 5	Escala Likert
				Desempeño	6, 7	Escala Likert
			Dirección	Beneficios de la organización	8, 9	Escala Likert
				Calidad de esfuerzo	10, 11, 12	Escala Likert
				Cumplimiento de metas	13	Escala Likert
				Persistencia de tiempo	14, 15	Escala Likert
				Persistencia en el trabajo	Cumplimiento de objetivo	16
Ejecución de metas	17	Escala Likert				

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2. Matriz de operacionalización de la variable: Productividad

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO
Productividad	<p>Chiavenato</p> <p>Productividad: una organización es productiva cuando alcanza sus objetivos al transformar sus insumos o entradas en resultados cada vez mayores al costo más bajo posible. La productividad es una medida del desempeño que incluye la eficiencia y la eficacia. La eficiencia es el uso adecuado de los recursos disponibles, es decir, hace hincapié en los medios y los procesos. La eficacia es el cumplimiento de metas y objetivos perfectamente definidos; en este caso lo más importante son los fines y los resultados. Una empresa es eficaz cuando satisface con éxito las aspiraciones de sus clientes y es eficiente cuando lo hace con un costo bajo. Si una empresa mejora sus métodos y procesos tiende a aumentar su eficiencia. Si supera sus metas y objetivos eleva su eficacia. (Chiavenato, Comportamiento organizacional, 2017)</p>	<p>La productividad se medirá a través de sus atributos observables: eficacia, que será medida a través de sus componentes tiempo y logro de resultados; la eficiencia, será medida a través de sus atributos recursos utilizados y control de procesos. La motivación laboral será medida a través de un cuestionario cerrado en la escala Likert.</p>	Eficacia	Tiempo	18, 19, 20, 21	Escala Likert
				Logro de resultados	22, 23, 24, 25	Escala Likert
			Eficiencia	Recursos utilizados	26, 27, 28, 29	Escala Likert
				Control de procesos	30, 31, 32, 33	Escala Likert

Fuente: Elaboración propia.

2.3. Población y muestra

Hernández Sampieri comenta al respecto de población:

Una vez que se ha definido cuál será la unidad de muestreo/análisis, se procede a delimitar la población que va a ser estudiada y sobre la cual se pretende generalizar los resultados. Así, una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones (Lepkowski, 2008b). (2014, pág. 174).

Hernández Sampieri nos dice que una población es el conjunto de casos que concuerdan con nuestra realidad de estudio.

Hernández Sampieri explica al respecto de las muestras:

Las muestras probabilísticas requieren la determinación del tamaño de la muestra y de un proceso de selección aleatoria que asegure que todos los elementos de la población tengan la misma probabilidad de ser elegidos. Todo esto lo hemos visto, aunque falta exponer algo esencial que precede a la selección de una muestra: el marco muestral. Éste constituye un marco de referencia que nos permite identificar físicamente los elementos de la población, la posibilidad de enumerarlos y, por ende, de proceder a la selección de las unidades muestrales (los casos de la muestra) (Morgan, 2008 y Sudman, 1976). Normalmente se trata de un listado existente o una lista que es necesario confeccionar ad hoc, con los casos de la población. (2014, pág. 185).

Población:

Se encuentra comprendida por 269 colaboradores de las tiendas de Lima.

Muestra:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

N = Total de la población.

Z_{α} = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%).

p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05).

q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95).

d = precisión (en su investigación use un 5%).

$$n = \frac{269 * (1.96)^2 * 0.05 * 0.95}{(0.05)^2 * (269 - 1) + (1.96)^2 * 0.05 * 0.95} = 158$$

La muestra estará conformada por 158 trabajadores de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Hernández Sampieri comenta:

En fenómenos sociales, tal vez el instrumento más utilizado para recolectar los datos es el cuestionario. Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir (Chasteauneuf, 2009). Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis (Brace, 2013).

Los cuestionarios se utilizan en encuestas de todo tipo (por ejemplo, para calificar el desempeño de un gobierno, conocer las necesidades de hábitat de futuros compradores de viviendas y evaluar la percepción ciudadana sobre ciertos problemas como la inseguridad). Pero también, se implementan en otros campos. [...]. (2014, pág. 217).

Hernández Sampieri nos explica que el instrumento más usado para recolectar datos es el cuestionario, el que es un conjunto de preguntas en relación a una o más variables de la investigación, mientras que su técnica es la encuesta.

2.4.1. Técnicas de recolección de datos

Se utilizará la técnica de encuesta y en los instrumentos el cuestionario de tipo Likert el cual consta de 5 niveles de respuestas.

2.4.2. Instrumentos de recolección de datos

La escala de tipo Likert es un método de escala bipolar que mide tanto el grado positivo como neutral y negativo de cada enunciado.

Tabla 3. *Tabla de respuestas*

Ítems	respuesta
1	Nunca
2	Casi Nunca
3	A veces
4	Casi Siempre
5	Siempre

Escala de Likert.

Según Hernández, R (2010), “La recolección de datos, implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico.” (p.198).

Según Bernal, C. (2010), “La encuesta se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas.” (p.194)

2.4.3. Validez

“La validez de criterio se estima al correlacionar la medición con el criterio externo (puntuaciones del instrumento frente a las puntuaciones en el criterio), y este coeficiente se toma como coeficiente de validez (Bohrnstedt, 1976)” (Hernández Sampieri, 2014, pág. 209).

Según Hernández, R (2010), validez, “se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir. Por ejemplo, un instrumento válido para medir la inteligencia debe medir la inteligencia y no la memoria.” (p. 201).

Tabla 4. *Validación de juicio de expertos*

Nro.	Experto - Docente	Valoración de aplicación
1	Mg. Dueñas Lujan Raúl	80.00%
2	Dr. Cojal Loli Bernardo	75.00%
3	Dr. Costilla Castillo Pedro	75.00%
4	Dr. Mansilla Garayar José	97.00%
Promedio		81.75%

Fuente: Elaboración propia.

2.4.4. Confiabilidad

Hernández Sampieri, explica:

Hay diversos procedimientos para calcular la confiabilidad de un instrumento de medición. Todos utilizan procedimientos y fórmulas que producen coeficientes de fiabilidad. La mayoría oscila entre cero y uno, donde un coeficiente de cero significa nula confiabilidad y uno representa un máximo de confiabilidad (fiabilidad total, perfecta). Cuanto más se acerque el coeficiente a cero, mayor error habrá en la medición. (2014, pág. 207)

Hernández Sampieri nos explica que al aplicar la prueba de confiabilidad, los resultados que más se acerquen a uno mayor será la confiabilidad del instrumento.

Confiabilidad de los instrumentos

Tabla 5. *Confiabilidad del instrumento 1. Motivación laboral*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,878	17

Interpretación

El resultado de la confiabilidad Alpha de Crombach, indica que el instrumento sobre Motivación laboral aplicado es fuertemente confiable, tal como se muestra en la tabla 3.

Tabla 6. *Confiabilidad del instrumento 2. Productividad*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,819	16

Interpretación

El resultado de la confiabilidad Alpha de Crombach, indica que el instrumento aplicado sobre Productividad es fuertemente confiable, tal como se muestra en la tabla 4.

2.5. Métodos de análisis de datos

Para el análisis de datos, primero se procedió a aplicar el cuestionario a la muestra de la empresa en estudio, luego de ello se registró en la hoja de cálculo Excel la tabulación y calificación según las escalas definidas previamente, formando la base de datos.

Luego, se analizaron los datos a través del programa estadístico SPSS versión 25.0 en español. El método de análisis utilizado fue el descriptivo e inferencial para obtener los resultados pertinentes al estudio, los cuales fueron mostrados mediante tablas de frecuencia y porcentajes con sus respectivas figuras e interpretaciones de acuerdo a los objetivos e hipótesis planteados en la presente investigación.

Para la prueba de hipótesis se utilizó el estadígrafo inferencial índice de correlación de Rho de Spearman. Cabe mencionar que se realizaron las pruebas con un nivel de significancia del 5% y confiabilidad del 95%.

2.6. Aspectos éticos

En la presente investigación se consideraron los aspectos éticos que son fundamentales, ya que se contó con la colaboración y participación permanente de los asesores.

La investigación contó con la autorización correspondiente de la Gerencia general de la Empresa en estudio, de igual forma se contó con el apoyo, consentimiento y colaboración de los colaboradores de la referida Empresa en estudio que formaron parte de la investigación.

Asimismo, se mantuvo la particularidad, el anonimato de los sujetos investigados y el respeto hacia el evaluado en todo momento.

RESULTADOS

III. RESULTADOS

3.1. Análisis descriptivo

3.1.1. Estadígrafos descriptivos utilizados.

Frecuencia y Porcentaje, presentados en tablas y figuras generadas por el software estadístico SPSS. V25.

3.1.2. Tablas de frecuencia.

Tabla 7. Análisis descriptivo de la variable. Motivación laboral

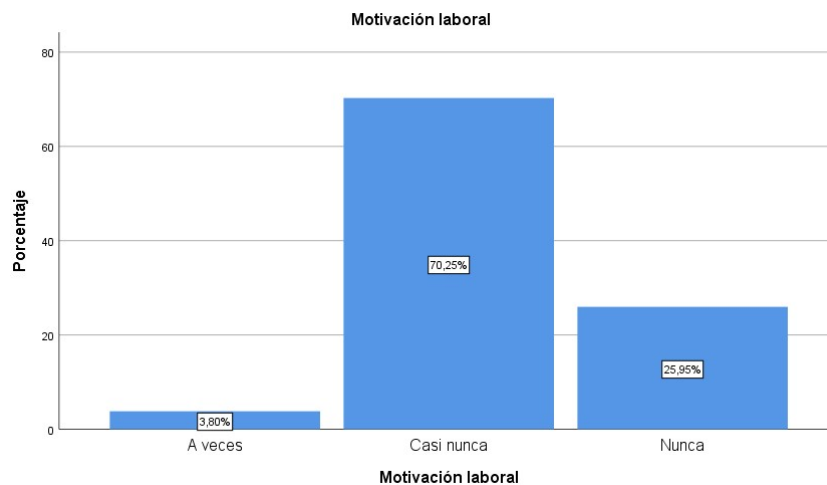
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	6	3,8	3,8	3,8
	Casi nunca	111	70,3	70,3	74,1
	Nunca	41	25,9	25,9	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Fuente: SPSS. 25

Interpretación.

En opinión del 70,3% indico que casi nunca había motivación, el 25,9% indico que nunca hubo motivación y 3,8% indico que a veces había motivación al área de fuerza de ventas de la empresa Triathlon SAC, tal como se muestra en la siguiente figura.

Figura 4. Análisis descriptivo de la variable. Motivación laboral.



Fuente: SPSS. 25

Tabla 8. Análisis descriptivo de la dimensión. Intensidad

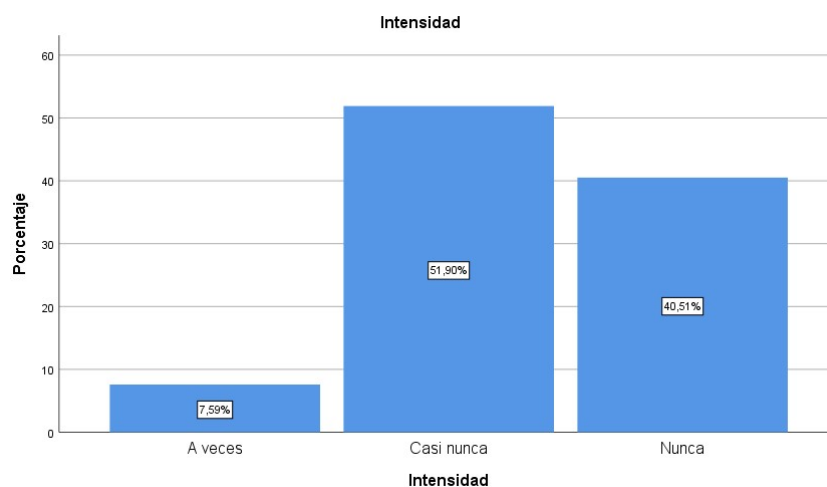
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	12	7,6	7,6	7,6
	Casi nunca	82	51,9	51,9	59,5
	Nunca	64	40,5	40,5	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Fuente: SPSS. 25

Interpretación.

En opinión del 51,9% indico que casi nunca había intensidad en el componente de la motivación, el 40,5% indico que nunca hubo intensidad en el componente de la motivación y el 7,6% indico que a veces había intensidad en el componente de la motivación a la fuerza de ventas de la empresa Triathlon SAC, tal como se muestra en la siguiente figura.

Figura 5. Análisis descriptivo de la dimensión. Intensidad.



Fuente: SPSS. 25

Tabla 9. Análisis descriptivo de la dimensión. Dirección

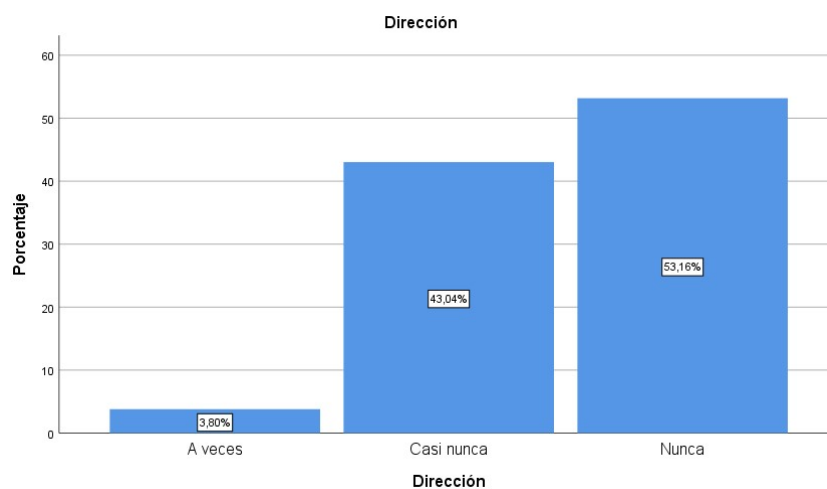
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido A veces	6	3,8	3,8	3,8
Casi nunca	68	43,0	43,0	46,8
Nunca	84	53,2	53,2	100,0
Total	158	100,0	100,0	

Fuente: SPSS. 25

Interpretación.

En opinión del 53,2% indico que nunca había dirección en el componente de la motivación, el 43,0% indico que casi nunca hubo dirección en el componente de la motivación y el 3,8% indico que a veces había dirección en el componente de la motivación a la fuerza de ventas de la empresa Triathlon SAC, tal como se muestra en la siguiente figura.

Figura 6. Análisis descriptivo de la dimensión. Dirección.



Fuente: SPSS. 25

Tabla 10. Análisis descriptivo de la dimensión. Persistencia en el trabajo

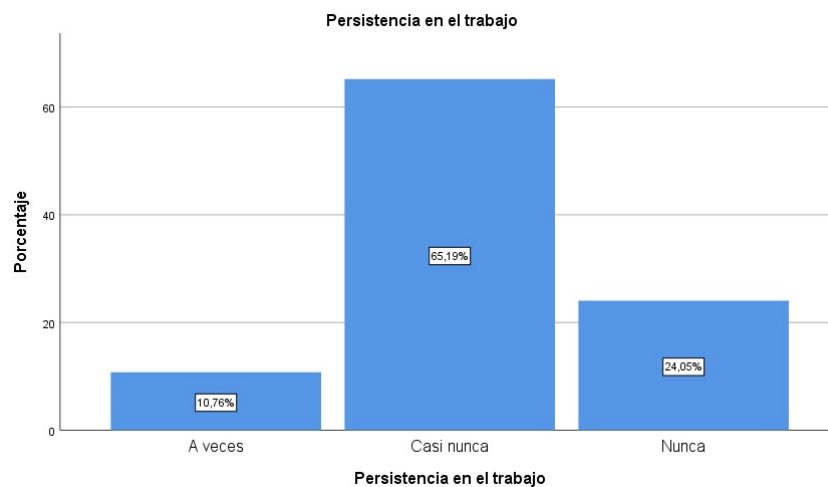
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	17	10,8	10,8	10,8
	Casi nunca	103	65,2	65,2	75,9
	Nunca	38	24,1	24,1	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Fuente: SPSS. 25

Interpretación.

En opinión del 65,2% indico que casi nunca había persistencia en el trabajo en el componente de la motivación, el 24,1% indico que nunca había persistencia en el trabajo en el componente de la motivación y el 10.8% indico que a veces había persistencia en el trabajo en el componente de la motivación a la fuerza de ventas de la empresa Triathlon SAC, tal como se muestra en la siguiente figura.

Figura 7. Análisis descriptivo de la dimensión. Persistencia en el trabajo.



Fuente: SPSS. 25

Tabla 11. *Análisis descriptivo de la variable. Productividad*

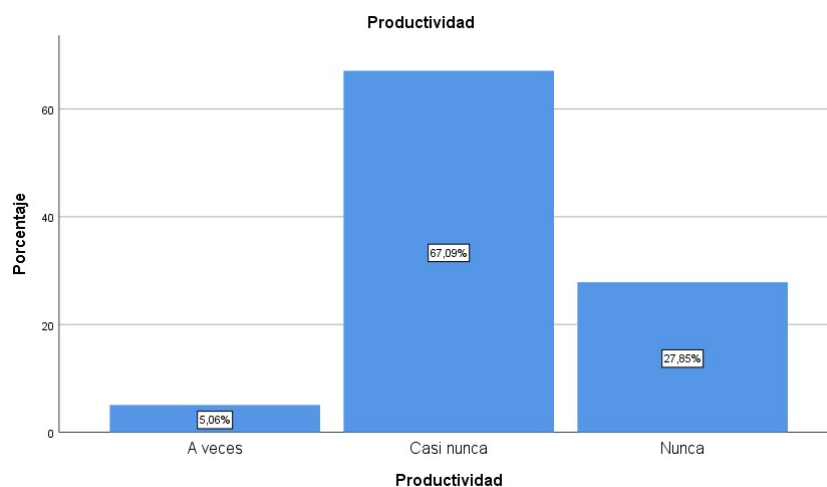
		Productividad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	8	5,1	5,1	5,1
	Casi nunca	106	67,1	67,1	72,2
	Nunca	44	27,8	27,8	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Fuente: SPSS. 25

Interpretación.

En opinión del 67,1% indico que casi nunca había productividad, el 27,8% indico que nunca había productividad y el 5,1% indico que a veces había productividad en la fuerza de ventas de la empresa Triathlon SAC, tal como se muestra en la siguiente figura.

Figura 8. *Análisis descriptivo de la variable. Productividad.*



Fuente: SPSS. 25

Tabla 12. *Análisis descriptivo de la dimensión. Eficacia*

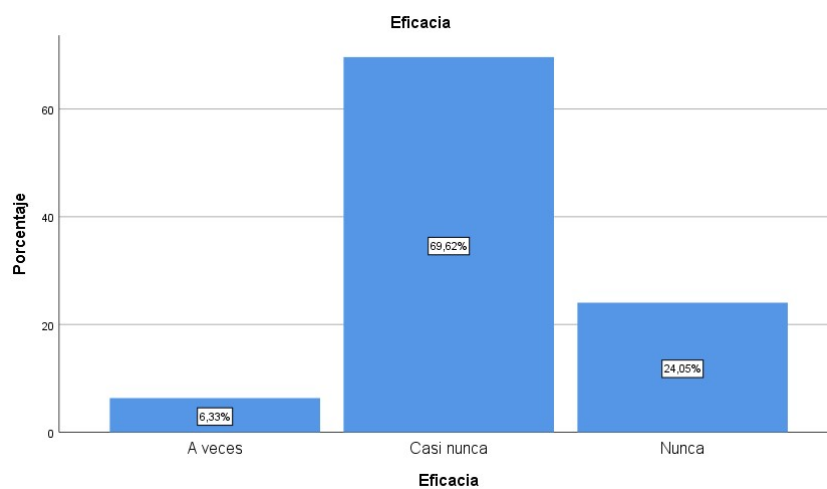
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	10	6,3	6,3	6,3
	Casi nunca	110	69,6	69,6	75,9
	Nunca	38	24,1	24,1	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Fuente: SPSS. 25

Interpretación.

En opinión del 69,6% indico que casi nunca había eficacia que es elemento observable de la productividad, el 24,1% indico que nunca había eficacia que es elemento observable de la productividad y el 6,3% indico que a veces había eficacia que es elemento observable de la productividad en el área de fuerza de ventas de la empresa Triathlon SAC, tal como se muestra en la siguiente figura.

Figura 9. *Análisis descriptivo de la dimensión. Eficacia.*



Fuente: SPSS. 25

Tabla 13. *Análisis descriptivo de la dimensión. Eficiencia*

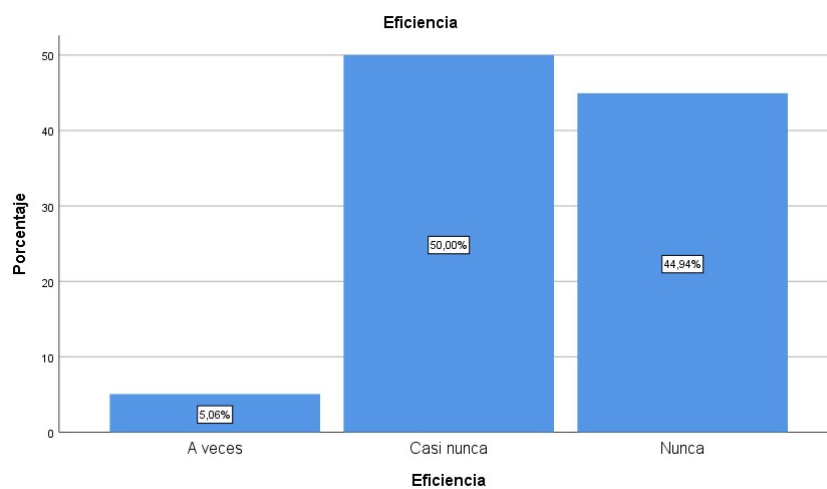
		Eficiencia			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	8	5,1	5,1	5,1
	Casi nunca	79	50,0	50,0	55,1
	Nunca	71	44,9	44,9	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Fuente: SPSS. 25

Interpretación.

En opinión del 50,0% indico que casi nunca había eficiencia que es parte medible de la productividad, el 44,9% indico que nunca había eficiencia que es parte medible de la productividad y el 5,1% indico que a veces había eficiencia que es parte medible de la productividad en el área de fuerza de ventas de la empresa Triathlon SAC, tal como se muestra en la siguiente figura.

Figura 10. *Análisis descriptivo de la dimensión. Eficiencia.*



Fuente: SPSS. 25

3.2. Análisis inferencial

Hernández Sampieri explica:

Con frecuencia, el propósito de la investigación va más allá de describir las distribuciones de las variables: se pretende probar hipótesis y generalizar los resultados obtenidos en la muestra a la población o universo. Los datos casi siempre se recolectan de una muestra y sus resultados estadísticos se denominan estadígrafos; la media o la desviación estándar de la distribución de una muestra son estadígrafos. A las estadísticas de la población se les conoce como parámetros. Éstos no son calculados, porque no se recolectan datos de toda la población, pero pueden ser inferidos de los estadígrafos, de ahí el nombre de estadística inferencial.[...]

Entonces, la estadística inferencial se utiliza fundamentalmente para dos procedimientos vinculados (O'Leary, 2014; Punch, 2014; Babbie, 2012; Wiersma y Jurs, 2008; Waterman, 2007; Kulikowich y Edwards, 2006; y Maxim, 2003):

a.- Probar hipótesis poblacionales, y b.- Estimar parámetros.

[...]

La inferencia de los parámetros depende de que hayamos elegido una muestra probabilística con un tamaño que asegure un nivel de significancia o significación adecuado (Jarman, 2013; Lindsay, 2009; y Moriceau, 2009).

[...]

Una hipótesis en el contexto de la estadística inferencial es una proposición respecto de uno o varios parámetros, y lo que el investigador hace por medio de la prueba de hipótesis es determinar si la hipótesis poblacional es congruente con los datos obtenidos en la muestra (Wilcox, 2012; Gordon, 2010; Wiersma y Jurs, 2008; y Stockburger, 2006).

Una hipótesis se retiene como un valor aceptable del parámetro, si es consistente con los datos. Si no lo es, se rechaza (pero los datos no se descartan).

[...]. (2014, págs. 299 - 300).

Hernández Sampieri nos dice que la investigación va mas allá que tan solo describir las frecuencias por variables, si no que se pretende hacer la prueba de hipótesis que contrasta los datos por pruebas estadísticas, estos toman validez en función a la significancia de la muestra tomada. Es importante entender que por más que la prueba de estadística se rechace los datos no se destaran.

3.2.1. Hipótesis general

Prueba de Normalidad

Para analizar en esta investigación el comportamiento de las variables Motivación laboral y Productividad, se continuará con los siguientes pasos:

Paso A: Planteamiento de Hipótesis

H0: La distribución de la muestra “es Normal”

Ha: La distribución de la muestra “no es Normal”

Paso B: Regla de decisión

Sig T.= 0.05 “Nivel de confianza” (95%, $Z=+/- 1.96$)

a) si Sig. E < Sig.T. entonces, se rechaza H0 \Rightarrow Distribución no normal

b) si Sig. E > Sig.T. entonces, aceptamos H0 \Rightarrow Distribución normal

Paso C: Seleccionar estadística:

- Kolmogorov-Smirnov: $n > 50$
- Shapiro-Wilk: $n \leq 50$

Tabla 14. *Prueba de normalidad*

Pruebas de normalidad				
		Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Productividad	Estadístico	gl	Sig.
Motivación laboral	A veces	.	8	,000
	Casi siempre	,401	106	,000
	Siempre	,409	44	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors.

Fuente: Elaboración propia

Prueba de hipótesis

H_0 : La motivación laboral no tiene relación con la productividad en la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.

H_1 : La motivación laboral tiene relación con la productividad en la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.

Tabla 15. *Prueba de hipótesis general*

Rho de Spearman						
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
Motivación laboral	106,132	157	,000	4,222	4,14	4,30
Productividad	100,617	157	,000	4,228	4,14	4,31

Fuente: SPSS v25

Interpretación.

La motivación laboral, se relaciona significativamente con la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, según la correlación de Rho de Spearman representando correlación positiva $p=0,000$ siendo altamente significativo, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis alternativa como verdadera. Por lo que podemos afirmar que: La motivación laboral tiene relación con la productividad en la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.

3.2.2. Hipótesis específicas

Hipótesis específica 1

Prueba de Normalidad

Para analizar en esta investigación el comportamiento de la variable Motivación laboral y la dimensión eficacia de la variable Productividad, se continuará con los siguientes pasos:

Paso A: Planteamiento de Hipótesis

H0: La distribución de la muestra “es Normal”

Ha: La distribución de la muestra “no es Normal”

Paso B: Regla de decisión

Sig T.= 0.05 “Nivel de confianza” (95%, Z=+/- 1.96)

a) si Sig. E < Sig.T. entonces, se rechaza H0 ⇒ Distribución no normal

b) si Sig. E > Sig.T. entonces, aceptamos H0 ⇒ Distribución normal

Paso C: Seleccionar estadística:

- Kolmogorov-Smirnov: n>50
- Shapiro-Wilk: n≤50

Tabla 16. *Prueba de hipótesis específica 1*

		Prueba de normalidad		
		Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Eficacia	Estadístico	gl	Sig.
Motivación laboral	A veces	,482	10	,000
	Casi siempre	,395	110	,000
	Siempre	,446	38	,000

Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: SPSS v25

H₀: La motivación laboral no tiene relación con la *eficacia* en la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.

H₁: La motivación laboral tiene relación con la *eficacia* en la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.

Tabla 17. *Rho de Spearman. hipótesis específica 1*

Rho de Spearman						
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
Motivación laboral	106,132	157	,000	4,222	4,14	4,30
Eficacia	100,286	157	,000	4,177	4,09	4,26

Fuente: SPSS v25

Interpretación.

La motivación laboral, se relaciona significativamente con la dimensión eficacia de la variable productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, según la correlación de Rho de Spearman 0,067 representando correlación positiva débil y $p=0,000$ siendo altamente significativo, por lo tanto se acepta la relación positiva entre la motivación laboral y la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.

Hipótesis específica 2

Prueba de Normalidad

Para analizar en esta investigación el comportamiento de las variables Motivación laboral y la dimensión eficiencia de la variable Productividad, se continuará con los siguientes pasos:

Paso A: Planteamiento de Hipótesis

H₀: La distribución de la muestra “es Normal”

H_a: La distribución de la muestra “no es Normal”

Paso B: Regla de decisión

Sig T.= 0.05 “Nivel de confianza” (95%, Z=+/- 1.96)

a) si Sig. E< Sig.T. entonces, se rechaza H0 ⇒ Distribución no normal

b) si Sig. E> Sig.T. entonces, aceptamos H0 ⇒ Distribución normal

Paso C: Seleccionar estadística:

- Kolmogorov-Smirnov: n>50
- Shapiro-Wilk: n≤50

Tabla 18. *Pruebas de normalidad. hipótesis específica 2*

		Kolmogorov-Smirnov ^a		
Eficiencia		Estadístico	gl	Sig.
Motivación laboral	A veces	.	8	.
	Casi siempre	,344	79	,000
	Siempre	,479	71	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: SPSS v25

Hipótesis específica 2.

Ho: La motivación laboral no tiene una relación positiva con la eficiencia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.

H1: La motivación laboral tiene una relación positiva con la eficiencia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.

Tabla 19. *Rho de Spearman. hipótesis específica 2*

		Valor de prueba = 0				
		t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia
						Inferior Superior
Motivación laboral		106,132	157	,000	4,222	4,14 4,30
Eficiencia		94,383	157	,000	4,399	4,31 4,49

Fuente: SPSS v25

Interpretación.

La motivación laboral, se relaciona significativamente con la dimensión eficacia de la variable productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, según la correlación de Rho de Spearman 0,067 representando correlación positiva débil y $p=0,000$ siendo altamente significativo, por lo tanto se acepta la relación positiva entre la motivación laboral y la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.

DISCUSSION

IV. DISCUSIÓN

En el estudio de Cerdán, L. (2017), quién presentó la tesis titulada. “Satisfacción laboral y su incidencia en la productividad de la empresa calzados Carubi S.A.C – Trujillo 2017, que dio como resultado de prueba $P=0,9028$ que le permitió determinar que la satisfacción laboral incide negativamente en la productividad de la empresa de estudio; al respecto se evidenció que los principales factores de insatisfacción laboral son los beneficios, condiciones físicas de trabajo, políticas administrativas, relaciones sociales, reto por el trabajo y desarrollo personal y/o profesional; lo cual es consistente con la presente investigación que evidenció en un 51,9%, indico que casi nunca había intensidad en el componente de la motivación, el 40,5% indico que nunca hubo intensidad en el componente de la motivación y el 7,6% indico que a veces había intensidad en el componente de la motivación a la fuerza de ventas de la empresa Triathlon SAC, ver tabla 8; lo que se refleja en la intensidad de la cantidad del esfuerzo no recompensando los resultados de los trabajadores por su desempeño; en la presente investigación.

A su vez, Quispe, H. (2017), presento la tesis titulada. “Relación de la gestión empresarial con la productividad laboral en las empresas de calzado, Cajamarca 2017”; el resultado de la prueba $p=0,023$ le permitió afirmar la existencia de relación entre la gestión empresarial y la productividad laboral de la empresa de estudio; al respecto se evidenció que los principales factores que reducen la productividad laboral son eficacia con sus elementos medibles importancia del tiempo, productos de calidad; así como la eficiencia con sus elementos observables menos recursos y máxima producción; lo que es consistente con la presente investigación que evidenció un 69,6% que indico que casi nunca había eficacia que es elemento observable de la productividad, el 24,1% indico que nunca había eficacia que es elemento observable de la productividad y el 6,3% indico que a veces había eficacia que es elemento observable de la productividad en el

área de fuerza de ventas de la empresa Triathlon SAC, ver tabla 12; lo que se ve reflejado en la eficacia, observable en tiempo utilizado por este para el normal logro de los resultados esperados; en el presente estudio.

Revilla, P. (2017), presento la tesis titulada "Incentivos laborales y su relación con la productividad de los colaboradores de la Empresa Tecnología Textil S.A, S.J.L, año 2017", en dicho estudio dio como resultado de la prueba $p=0,001$, lo que es suficiente para afirmar la existencia de relación entre los incentivos laborales con la productividad de su empresa de estudio; al respecto evidenció en la compensación laboral a través de sus elementos observables salarios, bonos y utilidades como brechas; lo que es consistente con la presente investigación que mostro un 53,2% que indico que nunca había dirección en el componente de la motivación, el 43,0% indico que casi nunca hubo dirección en el componente de la motivación y el 3,8% indico que a veces había dirección en el componente de la motivación a la fuerza de ventas de la empresa Triathlon SAC, ver tabla 9; lo que se evidencia en la dirección de la entidad que distribuye los beneficios de la organización en función a la calidad del esfuerzo y el real cumplimiento de metas; en la presente investigación.

Son los resultados del presente estudio y los estudios previos los que confirman que la motivación laboral es un elemento muy importante dentro de una organización y la influencia que esta ejerce en la productividad.

CONCLUSIONES

V. CONCLUSIONES

El objetivo general de la presente investigación fue determinar la relación entre la motivación laboral y la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018, la misma que fue confirmada a través de la veracidad de la hipótesis general; ya que en base a las evidencias estadísticas se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alternativa mediante el resultado del Rho de Spearman 0,067 y la prueba $p=0,000$, demostrándose con evidencias estadísticas la existencia de relación entre la motivación laboral y la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.

El objetivo específico 1 de la investigación fue determinar la relación entre la motivación laboral y la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018, la que fue confirmada a través de la veracidad de la hipótesis específica 1; ya que en base a las evidencias estadísticas se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alternativa mediante el resultado del Rho de Spearman 0,067 y la prueba $p=0.000$, demostrándose con evidencias estadísticas la existencia de relación entre la motivación laboral y la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.

El objetivo específico 2 de la investigación fue determinar la relación entre la motivación laboral y la eficiencia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018, la que fue confirmada a través de la veracidad de la hipótesis específica 2; y que en base a las evidencias estadísticas se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alternativa mediante el resultado del Rho de Spearman 0,067 y el uso de la prueba $p=0,000$, demostrándose con evidencias estadísticas la existencia de la relación entre la motivación laboral y la eficiencia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.

RECOMENDACIONES

VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda a la Gerencia General que implemente estudios de compensaciones (estudio salarial de equidad interna externa) con el propósito de identificar las brechas remunerativas entre puestos iguales, así como los traslapes económicos que puedan existir entre un puesto inferior y superior, con el propósito de retribuir la cantidad de esfuerzo de los trabajadores, en función a sus resultados logrados por su real desempeño laboral; esto sustentado y demostrado con las evidencias estadísticas que la motivación laboral y su componente intensidad; véase tabla 8 del estudio.

Se recomienda a la Jefatura de recursos humanos la implementación de un proyecto de difusión del cálculo real de las bonificaciones por ventas que deberá ser impartido en la inducción, así como la implementación de un sistema automatizado que permita calcular los bonos en tiempo real, a su vez permita ver reflejados con claridad en reportes confiables que han de emitir las jefaturas, así como la asignación de beneficios por incrementos de ventas sin postergación, con el propósito que la dirección pueda informar de los beneficios de la organización que han de ser distribuidos en función a la calidad de esfuerzo de los trabajadores por su real cumplimiento de metas; esto se ha demostrado con evidencias estadísticas que la motivación laboral y su componente dirección; véase tabla 9 del estudio.

Se recomienda a la Jefatura de selección, capacitación y desarrollo del talento la implementación de un entorno LMS (Learning Management System) o Sistema de Gestión de Aprendizaje, que permita la difusión de cursos que permitan la persistencia en el esfuerzo, que doten de herramientas a los trabajadores para que logren persistencia de tiempo que les permita contar con los recursos para el cumplimiento de los objetivos y la ejecución de metas; esto se ha demostrado con evidencias estadísticas que la motivación laboral y su componente persistencia en el esfuerzo; véase tabla 10 del estudio.

REFERENCIAS

VII. REFERENCIAS

- Arbaiza Fermi, L. (2017). *Liderazgo y Comportamiento Organizacional* (1 ed.). Lima: Universidad ESAN.
- Beltrán Jaramillo, J. M. (2017). *Indicadores de gestión* (19 ed.). Colombia: Panamericana Editorial Ltda.
- Black, J. S., Porter, L. W., & Hitt, M. A. (2006). *Administración* (1 ed.). México: PEARSON Prentice Hall.
- Cajma, H. (2016). *Los programas de incentivos y la satisfacción laboral de los colaboradores de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Cusco S.A. Agencia Puno – Bellavista periodo 2012*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional del Altiplano, Puno.
- Cerdán, L. (2017). *Satisfacción laboral y su incidencia en la productividad de la empresa calzados Carubi S.A.C – Trujillo 2017*. (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Trujillo.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos* (8 ed.). México: McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2014). *Teoría General de la Administración* (8 ed.). México: McGraw Hill/Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Chiavenato, I. (2017). *Comportamiento organizacional* (3 ed.). México: McGraw Hill.
- Enriquez, P. (2014). *Motivación y Desempeño Laboral de los empleados del Instituto de la Visión en México*. (Tesis de Maestría), México.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación* (6 ed.). México: McGraw Hill.
- Maristany, J. (2007). *Administración de recursos humanos* (2 ed.). PEARSON Prentice Hall.
- Mendoza, M. (2013). *La gestión de ventas y su incidencia en el desempeño laboral del talento humano de la empresa PRODULUX S.A. de la ciudad de Milagro*. (Tesis de Pregrado), Ecuador.
- Montenegro, J. (2016). *Influencia de la motivación en la eficiencia productiva de los trabajadores de la empresa “Panadería y Repostería Belén” en el municipio de Matagalpa en el II semestre del año 2015*. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. (Tesis de Pregrado), Nicaragua.
- Ozuna, N. (2012). *La cultura organizacional y su relación con la productividad de una institución financiera*. (Tesis de Maestría), México.
- Quispe, H. (2017). *Relación de la gestión empresarial con la productividad laboral en las empresas de calzado, Cajamarca 2017*. (Tesis de pregrado). Universidad Privada del Norte, Cajamarca.
- Ramírez, K. (2017). *La administración por objetivos y su relación con la productividad en la empresa Clariant SA, Callao, año 2017*. (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Lima.
- Real Academia Española. (s.f.). *Diccionario de la Real Academia Española*. Recuperado el 07 de junio de 2018, de <http://dle.rae.es/?w=diccionario>

- Revilla, P. (2017). *Incentivos laborales y su relación con la productividad de los colaboradores de la Empresa Tecnología Textil S.A, S.J.L, año 2017*. (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Lima.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2005). *Administración* (8 ed.). México: PEARSON Prentice Hall.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Comportamiento Organizacional* (17 ed.). México: Pearson Educación de México S.A. de C.V.
- Sum, M (2015). *Motivación y Desempeño Laboral*. (Tesis de Pregrado). Universidad Rafael Landívar. (Tesis de Pregrado), Guatemala.

ANEXOS

VIII. ANEXOS

Anexo 1. Matriz de Consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL
¿Qué relación tiene la motivación laboral y la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?	Determinar la relación entre la motivación laboral y la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	La motivación laboral tiene una relación positiva con la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPÓTESIS ESPECIFICAS
¿Qué relación tiene la motivación laboral y la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?	Determinar la relación entre la motivación laboral y la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	La motivación laboral tiene una relación positiva con la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.
¿Qué relación tiene la motivación laboral y la eficiencia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?	Determinar la relación entre la motivación laboral y la eficiencia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	La motivación laboral tiene una relación positiva con la eficiencia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.

Anexo 2. Instrumentos

ENCUESTA

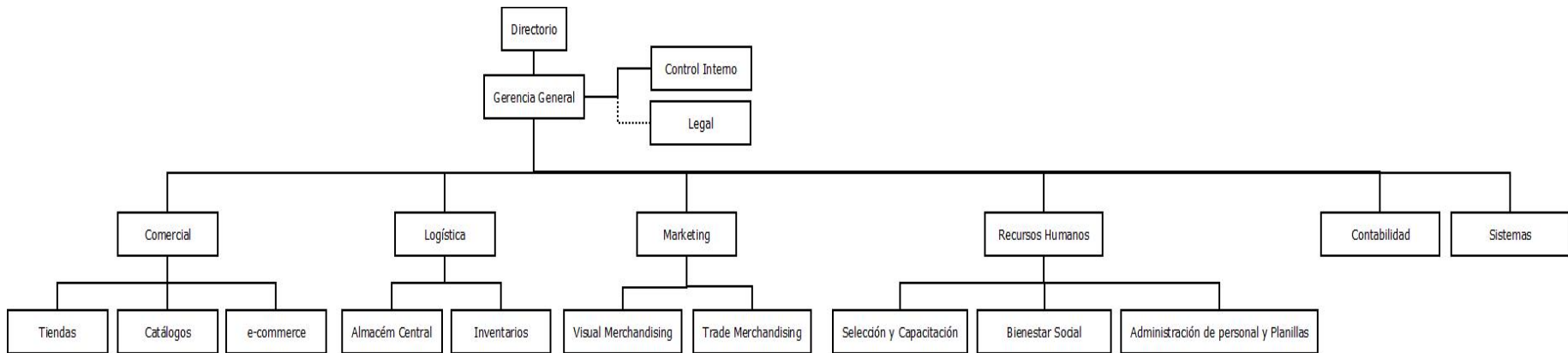
Objetivo: La presente encuesta tiene como objetivo recolectar información sobre relación de la motivación laboral con la productividad de la fuerza de ventas de la empresa TRIATHLON SAC. La presente encuesta es de carácter anónimo y confidencial. Responda las alternativas de respuesta según corresponda. Marque con una "X" la alternativa que considere correcta.

Nunca (1) - Casi Nunca (2) - A veces (3) - Casi Siempre (4) – Siempre (5)

Ítem	Pregunta	1	2	3	4	5
1	La intensidad laboral que ejercen los trabajadores es proporcional al salario percibido.					
2	El esfuerzo desplegado en las ventas genera motivación y recompensa pertinente de los jefes.					
3	Ante el cumplimiento de metas se generan esfuerzos mayores que generan estímulo y motivación satisfactoria.					
4	Los resultados por efecto de los aceptables niveles de venta generan reconocimiento y recompensas pertinentes.					
5	Los jefes de área participan activamente en la mejora de los resultados de las ventas, motivando a sus equipos.					
6	El desempeño laboral eficiente de los trabajadores es estimulado con bonos, recompensas u otros.					
7	Si un trabajador evidencia debilidades en su desempeño es monitoreado por el jefe de área para su fortalecimiento.					
8	Los jefes de área comunican con claridad y confiabilidad los beneficios por efecto del incremento de ventas.					
9	El incremento de ventas genera beneficios reales que se cumplen sin postergación; lo que motiva a los trabajadores.					
10	La calidad del esfuerzo se ven reflejados con claridad en los reportes confiables y seguros que emiten las jefaturas.					
11	Quiénes dirigen las aéreas, son profesionales competentes que promueven y motivan a sus trabajadores sin discriminación de cargo.					
12	El esfuerzo que representa la jornada laboral y los resultados es compensado satisfactoriamente hacia los trabajadores.					
13	Los beneficios económicos que la empresa otorga lo incentiva a lograr sus metas, pues se encuentra motivado.					
14	Los trabajadores ante el incremento de venta amplían su jornada laboral pues sus compensaciones lo justifican.					
15	Se dota de los recursos necesarios a los trabajadores para que el tiempo de jornada laboral pueda permitirles el cumplimiento de sus metas.					
16	El cumplimiento de objetivos es una disciplina en el área, por el involucramiento de los altos mandos y las capacitaciones y la idoneidad de las herramientas.					
17	En la ejecución de metas el monitoreo de la jefatura es ideal, pues ante sus limitaciones ejerce participación oportuna.					
18	Los tiempos establecidos para el cumplimiento de las metas con los ideales.					
19	La jornada laboral establecida permite el incremento de la productividad en los trabajadores.					
20	Ante la necesidad de incentivos los trabajadores incrementan su jornada laboral para satisfacer los volúmenes de venta.					
21	Los trabajadores son reconocidos cuando laboran más tiempo del establecido para dar resultados como equipo.					
22	Los trabajadores que han incrementado sus ventas con el tiempo establecido perciben reconocimientos proporcionales a sus esfuerzos.					
23	Los jefes del área monitorean el logro de metas ejecutadas en					

-
- el cumplimiento de la programación.
- 24 Si un trabajador en el desarrollo de sus ventas se ve afectado, el jefe de área proporciona herramientas para superarlas.
- 25 Los trabajadores que tienen estrategias para el incremento de sus volúmenes de ventas, la comparten con sus equipos.
- 26 Los ingresos de los trabajadores son los deseables pues reflejan el esfuerzo realizado.
- 27 Los altos mandos dotan de los recursos necesarios a los trabajadores y equipos de trabajo para el incremento de sus ventas.
- 28 Si un trabajador resulta premiado por sus altos volúmenes de venta comparte sus estrategias en el área.
- 29 La empresa transmite las estrategias de los trabajadores con mayores ventas a través de capacitaciones internas.
- 30 Los procesos de ventas se encuentran normados por la empresa y las jefaturas se encargan de controlarlos con confiabilidad.
- 31 La empresa audita el proceso de venta de los trabajadores con transparencia y objetividad.
- 32 La empresa da reconocimientos a los trabajadores que cumplen con el proceso de venta de manera disciplinada.
- 33 Se aplica acciones correctivas mediante capacitaciones a los trabajadores para fortalecer procesos.
-

Anexo 3. Organigrama de TRIATHLON SAC



Fuente: Elaboración propia.

Anexo 4. Formato de Validación de instrumentos de medición a través de juicio de expertos

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador.: Dr/ Mg. DUEÑAS WILSON PAUL
- 1.2 Cargo e Institución donde labora: OTC UCV
- 1.3 Especialidad del validador: Mg. ADMINISTRACION
- 1.4 Nombre del Instrumento y finalidad de su aplicación: _____
- 1.5 Título de la Investigación: _____
- 1.6 Autor del Instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico				/	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables				/	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				/	
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				/	
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				/	
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos				/	
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones				/	
8. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnostico				/	
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación				/	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					80%	

Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento:

Primera variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
	Item 1	/	
Item 2	/		
Item 3	/		
Item 4	/		
Item 5	/		
Item 6	/		
Item 7	/		
Item 8	/		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

Segunda variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	/		
Item 2	/		
Item 3	/		
Item 4	/		
Item 5	/		
Item 6	/		
Item 7	/		
Item 8	/		
Item 9	/		
Item 10	/		
Item 11	/		
Item 12	/		

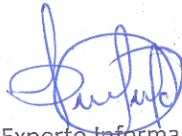
La evaluación se realiza de todos los ítems de la segunda variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 80 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: 27 Junio 2018



Firma del Experto Informante.

DNI. Nº 17820485 Teléfono Nº 949259196



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita)Dr.(a)/Mg.:

Rosal Duenaes Wajan

.....
Presente

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.**

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de la Facultad de Ciencias Empresariales Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, en la sede Lima Norte; requiero validar el instrumentos con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el grado de Bachiller en Administración.

El titulo nombre de mi tesis es: "MOTIVACIÓN LABORAL Y PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS DE TRIATHLON S.A.C., LIMA, 2018"

y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

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

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

Atentamente.

José Luis Castillo

CASTILLO TRIGOSO JOSÉ LUIS

DNI 40105966



DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

Variable1:

MOTIVACION LABORAL

Robbin y Judge dicen: Se define la motivación como los procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza una persona para alcanzar una meta. [...]

La intensidad se refiere a la cantidad de esfuerzo que hace alguien. Es el elemento en que la mayoría se centra cuando habla de motivación. Sin embargo, es improbable que la intensidad elevada conduzca a resultados favorables en el desempeño laboral, a menos que el esfuerzo se oriente en una dirección que beneficie a la organización. Por tanto, tenemos que considerar tanto la cantidad del esfuerzo como su intensidad. El esfuerzo que nos interesa está dirigido hacia las metas de la organización y que es consistente con aquellas. Por último, la motivación tiene una dimensión de persistencia, es decir, por cuanto tiempo la persona será capaz de mantener su esfuerzo. Los individuos motivados permanecen en una tarea lo suficiente como para alcanzar su objetivo. (Robbins & Judge, 2017, pág. 209).

DIMENSIONES:

1. Intensidad
2. Dirección
3. Persistencia del esfuerzo

Variable 2:

PRODUCTIVIDAD

Productividad: una organización es productiva cuando alcanza sus objetivos al transformar sus insumos o entradas en resultados cada vez mayores al costo más bajo posible. La productividad es una medida del desempeño que incluye la eficiencia y la eficacia. La eficiencia es el uso adecuado de los recursos disponibles, es decir, hace hincapié en los medios y los procesos. La eficacia es el cumplimiento de metas y objetivos perfectamente definidos; en este caso lo más importante son los fines y los resultados. Una empresa es eficaz cuando satisface con éxito las aspiraciones de sus clientes y es eficiente cuando lo hace con un costo bajo. Si una empresa mejora sus métodos y procesos tiende a aumentar su eficiencia. Si supera sus metas y objetivos eleva su eficacia. (Chiavenato, Comportamiento organizacional, 2017, Pág. 10).

DIMENSIONES:

1. Eficacia
2. Eficiencia



MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable 1: Motivación laboral

Dimensiones	indicadores	ítems	Niveles o rangos	
Intensidad	Cantidad de esfuerzo	La intensidad laboral que ejercen los colaboradores es proporcional al salario percibido	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
		El esfuerzo desplegado en las ventas genera motivación y recompensa pertinente de los jefes	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
	Resultados	Ante el cumplimiento de metas se generan esfuerzos mayores que generan estímulo y motivación satisfactoria	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
		Los resultados por efecto de los aceptables niveles de venta generan reconocimiento y recompensas pertinentes	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
		Los jefes de área participan activamente en la mejora de los resultados de las ventas, motivando a sus equipos	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
		Los jefes de área comunican con claridad y confiabilidad los beneficios por efecto del incremento de ventas	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
	Desempeño laboral	El incremento de ventas genera beneficios reales que se cumplen sin postergación; lo que motiva a los colaboradores	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
		Los jefes de área comunican con claridad y confiabilidad los beneficios por efecto del incremento de ventas.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
	Dirección	Beneficios de la organización	El incremento de ventas genera beneficios reales que se cumplen sin postergación; lo que motiva a los colaboradores.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Calidad de esfuerzo	La calidad del esfuerzo se ven reflejados con claridad en los reportes confiables y seguros que emiten las jefaturas.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre



	Quienes dirigen las aéreas, son profesionales competentes que promueven y motivan a sus trabajadores sin discriminación de cargo.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
	El esfuerzo que representa la jornada laboral y los resultados es compensado satisfactoriamente hacia los colaboradores.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
Cumplimiento de metas	Los beneficios económicos que la empresa otorga lo incentiva a lograr sus metas, pues se encuentra motivado.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
Persistencia de tiempo	Los colaboradores ante el incremento de venta amplían su jornada laboral pues sus compensaciones lo justifican.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
Persistencia en el esfuerzo	Se dota de los recursos necesarios a los colaboradores para que el tiempo de jornada laboral pueda permitirles el cumplimiento de sus metas.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
Cumplimiento de objetivo	El cumplimiento de objetivos es una disciplina en el área, por el involucramiento de los altos mandos y las capacitaciones y la idoneidad de las herramientas.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
Ejecución de metas	En la ejecución de metas el monitoreo de la jefatura es ideal, pues ante sus limitaciones ejerce participación oportuna.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre



Variable 2: Productividad

Dimensiones	Indicadores	Ítems	
Eficacia	Tiempo	Los tiempos establecidos para el cumplimiento de las metas con los ideales.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		La jornada laboral establecida permite el incremento de la productividad en los colaboradores.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Ante la necesidad de incentivos los trabajadores incrementan su jornada laboral para satisfacer los volúmenes de venta.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Los colaboradores son reconocidos cuando laboran más tiempo del establecido para dar resultados como equipo.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Los trabajadores que han incrementado sus ventas con el tiempo establecido perciben reconocimientos proporcionales a sus esfuerzos.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
	Logro de resultados	Los jefes del área monitorean el logro de metas ejecutadas en el cumplimiento de la programación.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Si un colaborador en el desarrollo de sus ventas se ve afectado, el jefe de área proporciona herramientas para superarlas.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Los colaboradores que tienen estrategias para el incremento de sus volúmenes de ventas, la comparten con sus equipos.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Los ingresos de los colaboradores son los deseables pues reflejan el esfuerzo realizado.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Los altos mandos dotan de los recursos necesarios a los colaboradores y equipos de trabajo para el incremento de sus ventas.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre



	Si un colaborador resulta premiado por sus altos volúmenes de venta comparte sus estrategias en el área.	f. Nunca g. Casi nunca h. Algunas veces i. Casi siempre j. Siempre k. Nunca
	La empresa transmite las estrategias de los trabajadores con mayores ventas a través de capacitaciones internas.	l. Casi nunca m. Algunas veces n. Casi siempre o. Siempre p. Nunca
	Los procesos de ventas se encuentran normadas por la empresa y las jefaturas se encargan de controlarlos con confiabilidad.	q. Casi nunca r. Algunas veces s. Casi siempre t. Siempre u. Nunca
Control de procesos	La empresa audita el proceso de venta de los trabajadores con transparencia y objetividad.	v. Casi nunca w. Algunas veces x. Casi siempre y. Siempre z. Nunca
	La empresa da reconocimientos a los trabajadores que cumplen con el proceso de venta de manera disciplinada.	aa. Casi nunca bb. Algunas veces cc. Casi siempre dd. Siempre ee. Nunca
	Se aplica acciones correctivas mediante capacitaciones a los colaboradores para fortalecer procesos.	ff. Casi nunca gg. Algunas veces hh. Casi siempre ii. Siempre

Fuente: Elaboración propia



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: "MOTIVACIÓN LABORAL Y PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS DE TRIATHLON S.A.C., LIMA, 2018"

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
VARIABLE 1: MOTIVACIÓN LABORAL								
DIMENSIÓN 1: Intensidad								
1	La intensidad laboral que ejercen los colaboradores es proporcional al salario percibido.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
2	El esfuerzo desplegado en las ventas genera motivación y recompensa pertinente de los jefes.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
3	Ante el cumplimiento de metas, se generan esfuerzos mayores que generan estímulo y motivación satisfactoria.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
4	Los resultados por efecto de los aceptables niveles de venta generan reconocimiento y recompensas pertinentes.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
5	Los jefes de área participan activamente en la mejora de los resultados de las ventas, motivando a sus equipos.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
6	El desempeño laboral eficiente de los colaboradores es estimulado con bonos, recompensas u otros.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
7	Si un colaborador evidencia debilidades en su desempeño es monitoreado por el jefe de área para su fortalecimiento.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
DIMENSIÓN 2: Dirección								
8	Los jefes de área comunican con claridad y confiabilidad los beneficios por efecto del incremento de ventas.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
9	El incremento de ventas genera beneficios reales que se cumplen sin postergación; lo que motiva a los colaboradores.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
10	La calidad del esfuerzo se ven reflejados con claridad en los reportes confiables y seguros que emiten las jefaturas.							
a	Nunca							
h	Casi Nunca							



- c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
 - 11 Quienes dirigen las aéreas, son profesionales competentes que promueven y motivan a sus trabajadores sin discriminación de cargo.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
 - 12 El esfuerzo que representa la jornada laboral y los resultados es compensado satisfactoriamente hacia los colaboradores.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
 - 13 Los beneficios económicos que la empresa otorga lo incentiva a lograr sus metas, pues se encuentra motivado.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
-

DIMENSIÓN 3: Persistencia en el trabajo

- 14 Los colaboradores ante el incremento de venta amplían su jornada laboral pues sus compensaciones lo justifican.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 15 Se dota de los recursos necesarios a los colaboradores para que el tiempo de jornada laboral pueda permitirles el cumplimiento de sus metas.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 16 El cumplimiento de objetivos es una disciplina en el área, por el involucramiento de los altos mandos y las capacitaciones y la idoneidad de las herramientas.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 17 En la ejecución de metas el monitoreo de la jefatura es ideal, pues ante sus limitaciones ejerce participación oportuna.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre



VARIABLE 2: PRODUCTIVIDAD

DIMENSIÓN 1: EFICACIA

- 1 Los tiempos establecidos para el cumplimiento de las metas con los ideales.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 2 La jornada laboral establecida permite el incremento de la productividad en los colaboradores.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 3 Ante la necesidad de incentivos los trabajadores incrementan su jornada laboral para satisfacer los volúmenes de venta.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 4 Los colaboradores son reconocidos cuando laboran más tiempo del establecido para dar resultados como equipo.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 5 Los trabajadores que han incrementado sus ventas con el tiempo establecido perciben reconocimientos proporcionales a sus esfuerzos.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 6 Los jefes del área monitorean el logro de metas ejecutadas en el cumplimiento de la programación.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 7 Si un colaborador en el desarrollo de sus ventas se ve afectado, el jefe de área proporciona herramientas para superarlas.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 8 Los colaboradores que tienen estrategias para el incremento de sus volúmenes de ventas, la comparten con sus equipos.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre

DIMENSIÓN 2: EFICIENCIA

- 9 Los ingresos de los colaboradores son los deseables pues reflejan el esfuerzo realizado.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre



- 10 Los altos mandos dotan de los recursos necesarios a los colaboradores y equipos de trabajo para el incremento de sus ventas.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 11 Si un colaborador resulta premiado por sus altos volúmenes de venta comparte sus estrategias en el área.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 12 La empresa transmite las estrategias de los trabajadores con mayores ventas a través de capacitaciones internas.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 13 Los procesos de ventas se encuentran normadas por la empresa y las jefaturas se encargan de controlarlos con confiabilidad.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 14 La empresa audita el proceso de venta de los trabajadores con transparencia y objetividad.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 15 La empresa da reconocimientos a los trabajadores que cumplen con el proceso de venta de manera disciplinada.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 16 Se aplica acciones correctivas mediante capacitaciones a los colaboradores para fortalecer procesos.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
-



Observaciones (precisar si hay

suficiencia): ES SUFICIENTE

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

Apellidos y nombres del juez validador: QUEVEDO WILSON (NO) DNI: 17926481

Especialidad del validador: Mg. Administración

Los Olivos ²⁷ de Junio del 2018

Nombre y Firma del Experto Informante.

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

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

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

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

MOTIVACION LABORAL Y PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS DE TRIATHLON SAC, LIMA, 2018

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
¿Qué relación tiene la motivación laboral y la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?	Determinar la relación entre la motivación laboral y la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	La motivación laboral tiene una relación positiva con la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	Motivación laboral	Robbin y Judge dicen: Se define la motivación como los procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza una persona para alcanzar una meta. [...] La intensidad se refiere a la cantidad de esfuerzo que hace alguien. Es el elemento en que la mayoría se centra cuando habla de motivación. Sin embargo, es improbable que la intensidad elevada conduzca a resultados favorables en el desempeño laboral, a menos que el esfuerzo se oriente en una dirección que beneficie a la organización. Por tanto, tenemos que considerar tanto la cantidad del esfuerzo como su intensidad. El esfuerzo que nos interesa está dirigido hacia las metas de la organización y que es consistente con aquellas. Por último, la motivación tiene una dimensión de persistencia, es decir, por cuanto tiempo la persona será capaz de mantener su esfuerzo. Los individuos motivados permanecen en una tarea lo suficiente como para alcanzar su objetivo. (Robbins & Judge, 2017, pág. 209).	La variable motivación laboral se medirá a través sus dimensiones: intensidad, que será medida a través de los indicadores cantidad de esfuerzo, resultados y desempeño; la dimensión dirección, que será medida a través de sus indicadores beneficios de la organización, calidad de esfuerzo y cumplimiento de metas; y la dimensión persistencia en el trabajo, que será medida a través de sus indicadores persistencia de tiempo, cumplimiento de objetivo y ejecución de metas. La variable utilizará como instrumento el cuestionario de 18 preguntas cerradas con alternativas politómicas de Escala de Likert.	Intensidad	Cantidad de esfuerzo
							Resultados
¿Qué relación tiene la motivación laboral y la eficiencia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?	Determinar la relación entre la motivación laboral y la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	La motivación laboral tiene una relación positiva con la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	Productividad	Chiavenato Productividad: una organización es productiva cuando alcanza sus objetivos al transformar sus insumos o entradas en resultados cada vez mayores al costo más bajo posible. La productividad es una medida del desempeño que incluye la eficiencia y la eficacia. La eficiencia es el uso adecuado de los recursos disponibles, es decir, hace hincapié en los medios y los procesos. La eficacia es el cumplimiento de metas y objetivos perfectamente definidos; en este caso lo más importante son los fines y los resultados. Una empresa es eficaz cuando satisface con éxito las aspiraciones de sus clientes y es eficiente cuando lo hace con un costo bajo. Si una empresa mejora sus métodos y procesos tiende a aumentar su eficiencia. Si supera sus metas y objetivos eleva su eficacia. (Chiavenato, Comportamiento organizacional, 2017)	La variable productividad se medirá a través de sus dimensiones: eficacia, que será medida a través de sus indicadores tiempo y logro de resultados; la dimensión eficiencia, será medida a través de sus indicadores recursos utilizados y control de procesos. La variable utilizará como instrumento el cuestionario de 8 preguntas cerradas con alternativas politómicas de Escala de Likert.	Eficacia	Beneficios de la organización
							Calidad de esfuerzo
¿Qué relación tiene la motivación laboral y la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?	Determinar la relación entre la motivación laboral y la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	La motivación laboral tiene una relación positiva con la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	Productividad	Chiavenato Productividad: una organización es productiva cuando alcanza sus objetivos al transformar sus insumos o entradas en resultados cada vez mayores al costo más bajo posible. La productividad es una medida del desempeño que incluye la eficiencia y la eficacia. La eficiencia es el uso adecuado de los recursos disponibles, es decir, hace hincapié en los medios y los procesos. La eficacia es el cumplimiento de metas y objetivos perfectamente definidos; en este caso lo más importante son los fines y los resultados. Una empresa es eficaz cuando satisface con éxito las aspiraciones de sus clientes y es eficiente cuando lo hace con un costo bajo. Si una empresa mejora sus métodos y procesos tiende a aumentar su eficiencia. Si supera sus metas y objetivos eleva su eficacia. (Chiavenato, Comportamiento organizacional, 2017)	La variable productividad se medirá a través de sus dimensiones: eficacia, que será medida a través de sus indicadores tiempo y logro de resultados; la dimensión eficiencia, será medida a través de sus indicadores recursos utilizados y control de procesos. La variable utilizará como instrumento el cuestionario de 8 preguntas cerradas con alternativas politómicas de Escala de Likert.	Persistencia en el trabajo	Cumplimiento de metas
							Persistencia de tiempo
¿Qué relación tiene la motivación laboral y la eficiencia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?	Determinar la relación entre la motivación laboral y la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	La motivación laboral tiene una relación positiva con la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	Productividad	Chiavenato Productividad: una organización es productiva cuando alcanza sus objetivos al transformar sus insumos o entradas en resultados cada vez mayores al costo más bajo posible. La productividad es una medida del desempeño que incluye la eficiencia y la eficacia. La eficiencia es el uso adecuado de los recursos disponibles, es decir, hace hincapié en los medios y los procesos. La eficacia es el cumplimiento de metas y objetivos perfectamente definidos; en este caso lo más importante son los fines y los resultados. Una empresa es eficaz cuando satisface con éxito las aspiraciones de sus clientes y es eficiente cuando lo hace con un costo bajo. Si una empresa mejora sus métodos y procesos tiende a aumentar su eficiencia. Si supera sus metas y objetivos eleva su eficacia. (Chiavenato, Comportamiento organizacional, 2017)	La variable productividad se medirá a través de sus dimensiones: eficacia, que será medida a través de sus indicadores tiempo y logro de resultados; la dimensión eficiencia, será medida a través de sus indicadores recursos utilizados y control de procesos. La variable utilizará como instrumento el cuestionario de 8 preguntas cerradas con alternativas politómicas de Escala de Likert.	Eficacia	Cumplimiento de objetivo
							Ejecución de metas
¿Qué relación tiene la motivación laboral y la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?	Determinar la relación entre la motivación laboral y la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	La motivación laboral tiene una relación positiva con la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	Productividad	Chiavenato Productividad: una organización es productiva cuando alcanza sus objetivos al transformar sus insumos o entradas en resultados cada vez mayores al costo más bajo posible. La productividad es una medida del desempeño que incluye la eficiencia y la eficacia. La eficiencia es el uso adecuado de los recursos disponibles, es decir, hace hincapié en los medios y los procesos. La eficacia es el cumplimiento de metas y objetivos perfectamente definidos; en este caso lo más importante son los fines y los resultados. Una empresa es eficaz cuando satisface con éxito las aspiraciones de sus clientes y es eficiente cuando lo hace con un costo bajo. Si una empresa mejora sus métodos y procesos tiende a aumentar su eficiencia. Si supera sus metas y objetivos eleva su eficacia. (Chiavenato, Comportamiento organizacional, 2017)	La variable productividad se medirá a través de sus dimensiones: eficacia, que será medida a través de sus indicadores tiempo y logro de resultados; la dimensión eficiencia, será medida a través de sus indicadores recursos utilizados y control de procesos. La variable utilizará como instrumento el cuestionario de 8 preguntas cerradas con alternativas politómicas de Escala de Likert.	Eficacia	Tiempo
							Logro de resultados
¿Qué relación tiene la motivación laboral y la eficiencia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?	Determinar la relación entre la motivación laboral y la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	La motivación laboral tiene una relación positiva con la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	Productividad	Chiavenato Productividad: una organización es productiva cuando alcanza sus objetivos al transformar sus insumos o entradas en resultados cada vez mayores al costo más bajo posible. La productividad es una medida del desempeño que incluye la eficiencia y la eficacia. La eficiencia es el uso adecuado de los recursos disponibles, es decir, hace hincapié en los medios y los procesos. La eficacia es el cumplimiento de metas y objetivos perfectamente definidos; en este caso lo más importante son los fines y los resultados. Una empresa es eficaz cuando satisface con éxito las aspiraciones de sus clientes y es eficiente cuando lo hace con un costo bajo. Si una empresa mejora sus métodos y procesos tiende a aumentar su eficiencia. Si supera sus metas y objetivos eleva su eficacia. (Chiavenato, Comportamiento organizacional, 2017)	La variable productividad se medirá a través de sus dimensiones: eficacia, que será medida a través de sus indicadores tiempo y logro de resultados; la dimensión eficiencia, será medida a través de sus indicadores recursos utilizados y control de procesos. La variable utilizará como instrumento el cuestionario de 8 preguntas cerradas con alternativas politómicas de Escala de Likert.	Eficacia	Recursos utilizados
							Control de procesos

Fuente: Elaboración propia.

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador.: Dr/ Mg. COJAL LOLI B.
- 1.2 Cargo e Institución donde labora: DIRECTOR UCV
- 1.3 Especialidad del validador: ECONOMISTA
- 1.4 Nombre del Instrumento y finalidad de su aplicación: _____
- 1.5 Título de la Investigación: _____
- 1.6 Autor del Instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico				✓	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables				✓	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				✓	
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				✓	
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				✓	
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos				✓	
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones				✓	
8. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnostico				✓	
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación				✓	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					75%	

Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento:

Primera variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

Segunda variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	/		
Item 2	/		
Item 3	/		
Item 4	/		
Item 5	/		
Item 6	/		
Item 7	/		
Item 8	/		
Item 9	/		
Item 10	/		
Item 11	/		
Item 12	/		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la segunda variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 75 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- () El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:


Firma del Experto Informante.

DNI. N° 1798066 Teléfono N° 966577895



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita)Dr.(a)/Mg.:

DR. BERNARDO LOJTE LOLI

Presente

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.**

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de la Facultad de Ciencias Empresariales Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, en la sede Lima Norte; requiero validar el instrumentos con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el grado de Bachiller en Administración.

El titulo nombre de mi tesis es: "MOTIVACIÓN LABORAL Y PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS DE TRIATHLON S.A.C., LIMA, 2018"

y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

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

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

Atentamente.

CASTILLO TRIGOSO JOSÉ LUIS

DNI 40105966



DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

Variable1:

MOTIVACION LABORAL

Robbin y Judge dicen: Se define la motivación como los procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza una persona para alcanzar una meta. [...]

La intensidad se refiere a la cantidad de esfuerzo que hace alguien. Es el elemento en que la mayoría se centra cuando habla de motivación. Sin embargo, es improbable que la intensidad elevada conduzca a resultados favorables en el desempeño laboral, a menos que el esfuerzo se oriente en una dirección que beneficie a la organización. Por tanto, tenemos que considerar tanto la cantidad del esfuerzo como su intensidad. El esfuerzo que nos interesa está dirigido hacia las metas de la organización y que es consistente con aquellas. Por último, la motivación tiene una dimensión de persistencia, es decir, por cuanto tiempo la persona será capaz de mantener su esfuerzo. Los individuos motivados permanecen en una tarea lo suficiente como para alcanzar su objetivo. (Robbins & Judge, 2017, pág. 209).

DIMENSIONES:

1. Intensidad
2. Dirección
3. Persistencia del esfuerzo

Variable 2:

PRODUCTIVIDAD

Productividad: una organización es productiva cuando alcanza sus objetivos al transformar sus insumos o entradas en resultados cada vez mayores al costo más bajo posible. La productividad es una medida del desempeño que incluye la eficiencia y la eficacia. La eficiencia es el uso adecuado de los recursos disponibles, es decir, hace hincapié en los medios y los procesos. La eficacia es el cumplimiento de metas y objetivos perfectamente definidos; en este caso lo más importante son los fines y los resultados. Una empresa es eficaz cuando satisface con éxito las aspiraciones de sus clientes y es eficiente cuando lo hace con un costo bajo. Si una empresa mejora sus métodos y procesos tiende a aumentar su eficiencia. Si supera sus metas y objetivos eleva su eficacia. (Chiavenato, Comportamiento organizacional, 2017, Pág. 10).

DIMENSIONES:

1. Eficacia
2. Eficiencia



MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable 1: Motivación laboral

Dimensiones	indicadores	ítems	Niveles o rangos	
Intensidad	Cantidad de esfuerzo	La intensidad laboral que ejercen los colaboradores es proporcional al salario percibido	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
		El esfuerzo desplegado en las ventas genera motivación y recompensa pertinente de los jefes	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
	Resultados	Ante el cumplimiento de metas se generan esfuerzos mayores que generan estímulo y motivación satisfactoria	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
		Los resultados por efecto de los aceptables niveles de venta generan reconocimiento y recompensas pertinentes	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
		Los jefes de área participan activamente en la mejora de los resultados de las ventas, motivando a sus equipos	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
		Los jefes de área comunican con claridad y confiabilidad los beneficios por efecto del incremento de ventas	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
	Desempeño laboral	El incremento de ventas genera beneficios reales que se cumplen sin postergación; lo que motiva a los colaboradores	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
		Los jefes de área comunican con claridad y confiabilidad los beneficios por efecto del incremento de ventas.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
	Dirección	Beneficios de la organización	El incremento de ventas genera beneficios reales que se cumplen sin postergación; lo que motiva a los colaboradores.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Calidad de esfuerzo	La calidad del esfuerzo se ven reflejados con claridad en los reportes confiables y seguros que emiten las jefaturas.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre



	Quienes dirigen las aéreas, son profesionales competentes que promueven y motivan a sus trabajadores sin discriminación de cargo.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
	El esfuerzo que representa la jornada laboral y los resultados es compensado satisfactoriamente hacia los colaboradores.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
Cumplimiento de metas	Los beneficios económicos que la empresa otorga lo incentiva a lograr sus metas, pues se encuentra motivado.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
Persistencia de tiempo	Los colaboradores ante el incremento de venta amplían su jornada laboral pues sus compensaciones lo justifican.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
Persistencia en el esfuerzo	Se dota de los recursos necesarios a los colaboradores para que el tiempo de jornada laboral pueda permitirles el cumplimiento de sus metas.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
Cumplimiento de objetivo	El cumplimiento de objetivos es una disciplina en el área, por el involucramiento de los altos mandos y las capacitaciones y la idoneidad de las herramientas.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
Ejecución de metas	En la ejecución de metas el monitoreo de la jefatura es ideal, pues ante sus limitaciones ejerce participación oportuna.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre



Variable 2: Productividad

Dimensiones	Indicadores	Ítems	
Eficacia	Tiempo	Los tiempos establecidos para el cumplimiento de las metas con los ideales.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		La jornada laboral establecida permite el incremento de la productividad en los colaboradores.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Ante la necesidad de incentivos los trabajadores incrementan su jornada laboral para satisfacer los volúmenes de venta.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Los colaboradores son reconocidos cuando laboran más tiempo del establecido para dar resultados como equipo.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Los trabajadores que han incrementado sus ventas con el tiempo establecido perciben reconocimientos proporcionales a sus esfuerzos.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
	Logro de resultados	Los jefes del área monitorean el logro de metas ejecutadas en el cumplimiento de la programación.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Si un colaborador en el desarrollo de sus ventas se ve afectado, el jefe de área proporciona herramientas para superarlas.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Los colaboradores que tienen estrategias para el incremento de sus volúmenes de ventas, la comparten con sus equipos.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Los ingresos de los colaboradores son los deseables pues reflejan el esfuerzo realizado.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Los altos mandos dotan de los recursos necesarios a los colaboradores y equipos de trabajo para el incremento de sus ventas.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre



	Si un colaborador resulta premiado por sus altos volúmenes de venta comparte sus estrategias en el área.	f. Nunca g. Casi nunca h. Algunas veces i. Casi siempre j. Siempre k. Nunca
	La empresa transmite las estrategias de los trabajadores con mayores ventas a través de capacitaciones internas.	l. Casi nunca m. Algunas veces n. Casi siempre o. Siempre p. Nunca
	Los procesos de ventas se encuentran normadas por la empresa y las jefaturas se encargan de controlarlos con confiabilidad.	q. Casi nunca r. Algunas veces s. Casi siempre t. Siempre u. Nunca
Control de procesos	La empresa audita el proceso de venta de los trabajadores con transparencia y objetividad.	v. Casi nunca w. Algunas veces x. Casi siempre y. Siempre z. Nunca
	La empresa da reconocimientos a los trabajadores que cumplen con el proceso de venta de manera disciplinada.	aa. Casi nunca bb. Algunas veces cc. Casi siempre dd. Siempre ee. Nunca
	Se aplica acciones correctivas mediante capacitaciones a los colaboradores para fortalecer procesos.	ff. Casi nunca gg. Algunas veces hh. Casi siempre ii. Siempre

Fuente: Elaboración propia



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: "MOTIVACIÓN LABORAL Y PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS DE TRIATHLON S.A.C., LIMA, 2018"

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
VARIABLE 1: MOTIVACIÓN LABORAL								
DIMENSIÓN 1: Intensidad								
1	La intensidad laboral que ejercen los colaboradores es proporcional al salario percibido.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
2	El esfuerzo desplegado en las ventas genera motivación y recompensa pertinente de los jefes.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
3	Ante el cumplimiento de metas, se generan esfuerzos mayores que generan estímulo y motivación satisfactoria.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
4	Los resultados por efecto de los aceptables niveles de venta generan reconocimiento y recompensas pertinentes.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
5	Los jefes de área participan activamente en la mejora de los resultados de las ventas, motivando a sus equipos.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
6	El desempeño laboral eficiente de los colaboradores es estimulado con bonos, recompensas u otros.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
7	Si un colaborador evidencia debilidades en su desempeño es monitoreado por el jefe de área para su fortalecimiento.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
DIMENSIÓN 2: Dirección								
8	Los jefes de área comunican con claridad y confiabilidad los beneficios por efecto del incremento de ventas.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
9	El incremento de ventas genera beneficios reales que se cumplen sin postergación; lo que motiva a los colaboradores.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
10	La calidad del esfuerzo se ven reflejados con claridad en los reportes confiables y seguros que emiten las jefaturas.							
a	Nunca							
h	Casi Nunca							



- c Algunas veces
- d Casi siempre
- e Siempre
- 11 Quienes dirigen las aéreas, son profesionales competentes que promueven y motivan a sus trabajadores sin discriminación de cargo.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 12 El esfuerzo que representa la jornada laboral y los resultados es compensado satisfactoriamente hacia los colaboradores.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 13 Los beneficios económicos que la empresa otorga lo incentiva a lograr sus metas, pues se encuentra motivado.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre

DIMENSIÓN 3: Persistencia en el trabajo

- 14 Los colaboradores ante el incremento de venta amplían su jornada laboral pues sus compensaciones lo justifican.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 15 Se dota de los recursos necesarios a los colaboradores para que el tiempo de jornada laboral pueda permitirles el cumplimiento de sus metas.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 16 El cumplimiento de objetivos es una disciplina en el área, por el involucramiento de los altos mandos y las capacitaciones y la idoneidad de las herramientas.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 17 En la ejecución de metas el monitoreo de la jefatura es ideal, pues ante sus limitaciones ejerce participación oportuna.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre



VARIABLE 2: PRODUCTIVIDAD

DIMENSIÓN 1: EFICACIA

- 1 Los tiempos establecidos para el cumplimiento de las metas con los ideales.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 2 La jornada laboral establecida permite el incremento de la productividad en los colaboradores.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 3 Ante la necesidad de incentivos los trabajadores incrementan su jornada laboral para satisfacer los volúmenes de venta.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 4 Los colaboradores son reconocidos cuando laboran más tiempo del establecido para dar resultados como equipo.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 5 Los trabajadores que han incrementado sus ventas con el tiempo establecido perciben reconocimientos proporcionales a sus esfuerzos.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 6 Los jefes del área monitorean el logro de metas ejecutadas en el cumplimiento de la programación.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 7 Si un colaborador en el desarrollo de sus ventas se ve afectado, el jefe de área proporciona herramientas para superarlas.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 8 Los colaboradores que tienen estrategias para el incremento de sus volúmenes de ventas, la comparten con sus equipos.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre

DIMENSIÓN 2: EFICIENCIA

- 9 Los ingresos de los colaboradores son los deseables pues reflejan el esfuerzo realizado.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre



- 10 Los altos mandos dotan de los recursos necesarios a los colaboradores y equipos de trabajo para el incremento de sus ventas.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
 - 11 Si un colaborador resulta premiado por sus altos volúmenes de venta comparte sus estrategias en el área.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
 - 12 La empresa transmite las estrategias de los trabajadores con mayores ventas a través de capacitaciones internas.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
 - 13 Los procesos de ventas se encuentran normadas por la empresa y las jefaturas se encargan de controlarlos con confiabilidad.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
 - 14 La empresa audita el proceso de venta de los trabajadores con transparencia y objetividad.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
 - 15 La empresa da reconocimientos a los trabajadores que cumplen con el proceso de venta de manera disciplinada.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
 - 16 Se aplica acciones correctivas mediante capacitaciones a los colaboradores para fortalecer procesos.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
-



Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador: COJAZ LOLI B. DNI: 17898066

Especialidad del validador: D.R. EN ADMINISTRACIÓN

Los Olivos.....²⁷ de Junio del 2018

Nombre y Firma del Experto Informante.

DR. BERNARDO COJAZI LOLI

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

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

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

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



MOTIVACION LABORAL Y PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS DE TRIATHLON SAC, LIMA, 2018

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
¿Qué relación tiene la motivación laboral y la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?	Determinar la relación entre la motivación laboral y la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	La motivación laboral tiene una relación positiva con la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	Motivación laboral	Robbin y Judge dicen: Se define la motivación como los procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza una persona para alcanzar una meta. [...] La intensidad se refiere a la cantidad de esfuerzo que hace alguien. Es el elemento en que la mayoría se centra cuando habla de motivación. Sin embargo, es improbable que la intensidad elevada conduzca a resultados favorables en el desempeño laboral, a menos que el esfuerzo se oriente en una dirección que beneficie a la organización. Por tanto, tenemos que considerar tanto la cantidad del esfuerzo como su intensidad. El esfuerzo que nos interesa está dirigido hacia las metas de la organización y que es consistente con aquellas. Por último, la motivación tiene una dimensión de persistencia, es decir, por cuanto tiempo la persona será capaz de mantener su esfuerzo. Los individuos motivados permanecen en una tarea lo suficiente como para alcanzar su objetivo. (Robbins & Judge, 2017, pág. 209).	La variable motivación laboral se medirá a través sus dimensiones: intensidad, que será medida a través de los indicadores cantidad de esfuerzo, resultados y desempeño; la dimensión dirección, que será medida a través de sus indicadores beneficios de la organización, calidad de esfuerzo y cumplimiento de metas; y la dimensión persistencia en el trabajo, que será medida a través de sus indicadores persistencia de tiempo, cumplimiento de objetivo y ejecución de metas. La variable utilizará como instrumento el cuestionario de 18 preguntas cerradas con alternativas politómicas de Escala de Likert.	Intensidad	Cantidad de esfuerzo
							Resultados
¿Qué relación tiene la motivación laboral y la eficiencia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?	Determinar la relación entre la motivación laboral y la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	La motivación laboral tiene una relación positiva con la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	Productividad	Chiavenato Productividad: una organización es productiva cuando alcanza sus objetivos al transformar sus insumos o entradas en resultados cada vez mayores al costo más bajo posible. La productividad es una medida del desempeño que incluye la eficiencia y la eficacia. La eficiencia es el uso adecuado de los recursos disponibles, es decir, hace hincapié en los medios y los procesos. La eficacia es el cumplimiento de metas y objetivos perfectamente definidos; en este caso lo más importante son los fines y los resultados. Una empresa es eficaz cuando satisface con éxito las aspiraciones de sus clientes y es eficiente cuando lo hace con un costo bajo. Si una empresa mejora sus métodos y procesos tiende a aumentar su eficiencia. Si supera sus metas y objetivos eleva su eficacia. (Chiavenato, Comportamiento organizacional, 2017)	La variable productividad se medirá a través de sus dimensiones: eficacia, que será medida a través de sus indicadores tiempo y logro de resultados; la dimensión eficiencia, será medida a través de sus indicadores recursos utilizados y control de procesos. La variable utilizará como instrumento el cuestionario de 8 preguntas cerradas con alternativas politómicas de Escala de Likert.	Eficacia	Beneficios de la organización
							Calidad de esfuerzo
¿Qué relación tiene la motivación laboral y la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?	Determinar la relación entre la motivación laboral y la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	La motivación laboral tiene una relación positiva con la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	Motivación laboral	Robbin y Judge dicen: Se define la motivación como los procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza una persona para alcanzar una meta. [...] La intensidad se refiere a la cantidad de esfuerzo que hace alguien. Es el elemento en que la mayoría se centra cuando habla de motivación. Sin embargo, es improbable que la intensidad elevada conduzca a resultados favorables en el desempeño laboral, a menos que el esfuerzo se oriente en una dirección que beneficie a la organización. Por tanto, tenemos que considerar tanto la cantidad del esfuerzo como su intensidad. El esfuerzo que nos interesa está dirigido hacia las metas de la organización y que es consistente con aquellas. Por último, la motivación tiene una dimensión de persistencia, es decir, por cuanto tiempo la persona será capaz de mantener su esfuerzo. Los individuos motivados permanecen en una tarea lo suficiente como para alcanzar su objetivo. (Robbins & Judge, 2017, pág. 209).	La variable motivación laboral se medirá a través sus dimensiones: intensidad, que será medida a través de los indicadores cantidad de esfuerzo, resultados y desempeño; la dimensión dirección, que será medida a través de sus indicadores beneficios de la organización, calidad de esfuerzo y cumplimiento de metas; y la dimensión persistencia en el trabajo, que será medida a través de sus indicadores persistencia de tiempo, cumplimiento de objetivo y ejecución de metas. La variable utilizará como instrumento el cuestionario de 18 preguntas cerradas con alternativas politómicas de Escala de Likert.	Persistencia en el trabajo	Cumplimiento de metas
							Persistencia de tiempo
¿Qué relación tiene la motivación laboral y la eficiencia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?	Determinar la relación entre la motivación laboral y la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	La motivación laboral tiene una relación positiva con la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	Productividad	Chiavenato Productividad: una organización es productiva cuando alcanza sus objetivos al transformar sus insumos o entradas en resultados cada vez mayores al costo más bajo posible. La productividad es una medida del desempeño que incluye la eficiencia y la eficacia. La eficiencia es el uso adecuado de los recursos disponibles, es decir, hace hincapié en los medios y los procesos. La eficacia es el cumplimiento de metas y objetivos perfectamente definidos; en este caso lo más importante son los fines y los resultados. Una empresa es eficaz cuando satisface con éxito las aspiraciones de sus clientes y es eficiente cuando lo hace con un costo bajo. Si una empresa mejora sus métodos y procesos tiende a aumentar su eficiencia. Si supera sus metas y objetivos eleva su eficacia. (Chiavenato, Comportamiento organizacional, 2017)	La variable productividad se medirá a través de sus dimensiones: eficacia, que será medida a través de sus indicadores tiempo y logro de resultados; la dimensión eficiencia, será medida a través de sus indicadores recursos utilizados y control de procesos. La variable utilizará como instrumento el cuestionario de 8 preguntas cerradas con alternativas politómicas de Escala de Likert.	Eficacia	Ejecución de metas
							Tiempo
¿Qué relación tiene la motivación laboral y la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?	Determinar la relación entre la motivación laboral y la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	La motivación laboral tiene una relación positiva con la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	Productividad	Chiavenato Productividad: una organización es productiva cuando alcanza sus objetivos al transformar sus insumos o entradas en resultados cada vez mayores al costo más bajo posible. La productividad es una medida del desempeño que incluye la eficiencia y la eficacia. La eficiencia es el uso adecuado de los recursos disponibles, es decir, hace hincapié en los medios y los procesos. La eficacia es el cumplimiento de metas y objetivos perfectamente definidos; en este caso lo más importante son los fines y los resultados. Una empresa es eficaz cuando satisface con éxito las aspiraciones de sus clientes y es eficiente cuando lo hace con un costo bajo. Si una empresa mejora sus métodos y procesos tiende a aumentar su eficiencia. Si supera sus metas y objetivos eleva su eficacia. (Chiavenato, Comportamiento organizacional, 2017)	La variable productividad se medirá a través de sus dimensiones: eficacia, que será medida a través de sus indicadores tiempo y logro de resultados; la dimensión eficiencia, será medida a través de sus indicadores recursos utilizados y control de procesos. La variable utilizará como instrumento el cuestionario de 8 preguntas cerradas con alternativas politómicas de Escala de Likert.	Eficacia	Logro de resultados
							Recursos utilizados
¿Qué relación tiene la motivación laboral y la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?	Determinar la relación entre la motivación laboral y la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	La motivación laboral tiene una relación positiva con la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	Productividad	Chiavenato Productividad: una organización es productiva cuando alcanza sus objetivos al transformar sus insumos o entradas en resultados cada vez mayores al costo más bajo posible. La productividad es una medida del desempeño que incluye la eficiencia y la eficacia. La eficiencia es el uso adecuado de los recursos disponibles, es decir, hace hincapié en los medios y los procesos. La eficacia es el cumplimiento de metas y objetivos perfectamente definidos; en este caso lo más importante son los fines y los resultados. Una empresa es eficaz cuando satisface con éxito las aspiraciones de sus clientes y es eficiente cuando lo hace con un costo bajo. Si una empresa mejora sus métodos y procesos tiende a aumentar su eficiencia. Si supera sus metas y objetivos eleva su eficacia. (Chiavenato, Comportamiento organizacional, 2017)	La variable productividad se medirá a través de sus dimensiones: eficacia, que será medida a través de sus indicadores tiempo y logro de resultados; la dimensión eficiencia, será medida a través de sus indicadores recursos utilizados y control de procesos. La variable utilizará como instrumento el cuestionario de 8 preguntas cerradas con alternativas politómicas de Escala de Likert.	Eficacia	Control de procesos

Fuente: Elaboración propia.

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador.: Dr/ Mg. CORTIJA CASANO PEDRO
- 1.2 Cargo e Institución donde labora: DOCENTE INUEP de la UCV
- 1.3 Especialidad del validador: DA EN ADMINISTRACIÓN
- 1.4 Nombre del Instrumento y finalidad de su aplicación: CUESTIONARIO
- 1.5 Título de la Investigación: _____
- 1.6 Autor del Instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico				/	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables				/	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				/	
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				/	
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				/	
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos				/	
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones				/	
8. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnostico				/	
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación				/	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					78%	

Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento:

Primera variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	/		
Item 2	/		
Item 3	/		
Item 4	/		
Item 5	/		
Item 6	/		
Item 7	/		
Item 8	/		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

Segunda variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1			
Item 2			
Item 3			
Item 4			
Item 5			
Item 6			
Item 7			
Item 8			
Item 9			
Item 10			
Item 11			
Item 12			

La evaluación se realiza de todos los ítems de la segunda variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 75 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: Los Olivos 27-06-18

Firma del Experto Informante.

DNI. Nº _____ Teléfono Nº _____



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita)Dr.(a)/Mg.: Pedro Castilla Castilla

Presente

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.**

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de la Facultad de Ciencias Empresariales Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, en la sede Lima Norte; requiero validar el instrumentos con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el grado de Bachiller en Administración.

El titulo nombre de mi tesis es: "MOTIVACIÓN LABORAL Y PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS DE TRIATHLON S.A.C., LIMA, 2018"

y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

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

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

Atentamente.

CASTILLO TRIGOSO JOSÉ LUIS

DNI 40105966



DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

Variable1:

MOTIVACION LABORAL

Robbin y Judge dicen: Se define la motivación como los procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza una persona para alcanzar una meta. [...]

La intensidad se refiere a la cantidad de esfuerzo que hace alguien. Es el elemento en que la mayoría se centra cuando habla de motivación. Sin embargo, es improbable que la intensidad elevada conduzca a resultados favorables en el desempeño laboral, a menos que el esfuerzo se oriente en una dirección que beneficie a la organización. Por tanto, tenemos que considerar tanto la cantidad del esfuerzo como su intensidad. El esfuerzo que nos interesa está dirigido hacia las metas de la organización y que es consistente con aquellas. Por último, la motivación tiene una dimensión de persistencia, es decir, por cuanto tiempo la persona será capaz de mantener su esfuerzo. Los individuos motivados permanecen en una tarea lo suficiente como para alcanzar su objetivo. (Robbins & Judge, 2017, pág. 209).

DIMENSIONES:

1. Intensidad
2. Dirección
3. Persistencia del esfuerzo

Variable 2:

PRODUCTIVIDAD

Productividad: una organización es productiva cuando alcanza sus objetivos al transformar sus insumos o entradas en resultados cada vez mayores al costo más bajo posible. La productividad es una medida del desempeño que incluye la eficiencia y la eficacia. La eficiencia es el uso adecuado de los recursos disponibles, es decir, hace hincapié en los medios y los procesos. La eficacia es el cumplimiento de metas y objetivos perfectamente definidos; en este caso lo más importante son los fines y los resultados. Una empresa es eficaz cuando satisface con éxito las aspiraciones de sus clientes y es eficiente cuando lo hace con un costo bajo. Si una empresa mejora sus métodos y procesos tiende a aumentar su eficiencia. Si supera sus metas y objetivos eleva su eficacia. (Chiavenato, Comportamiento organizacional, 2017, Pág. 10).

DIMENSIONES:

1. Eficacia
2. Eficiencia



MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable 1: Motivación laboral

Dimensiones	indicadores	ítems	Niveles o rangos	
Intensidad	Cantidad de esfuerzo	La intensidad laboral que ejercen los colaboradores es proporcional al salario percibido	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
		El esfuerzo desplegado en las ventas genera motivación y recompensa pertinente de los jefes	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
	Resultados	Ante el cumplimiento de metas se generan esfuerzos mayores que generan estímulo y motivación satisfactoria	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
		Los resultados por efecto de los aceptables niveles de venta generan reconocimiento y recompensas pertinentes	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
		Los jefes de área participan activamente en la mejora de los resultados de las ventas, motivando a sus equipos	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
		Los jefes de área comunican con claridad y confiabilidad los beneficios por efecto del incremento de ventas	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
	Desempeño laboral	El incremento de ventas genera beneficios reales que se cumplen sin postergación; lo que motiva a los colaboradores	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
		Los jefes de área comunican con claridad y confiabilidad los beneficios por efecto del incremento de ventas.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
	Dirección	Beneficios de la organización	El incremento de ventas genera beneficios reales que se cumplen sin postergación; lo que motiva a los colaboradores.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Calidad de esfuerzo	La calidad del esfuerzo se ven reflejados con claridad en los reportes confiables y seguros que emiten las jefaturas.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre



	Quienes dirigen las aéreas, son profesionales competentes que promueven y motivan a sus trabajadores sin discriminación de cargo.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
	El esfuerzo que representa la jornada laboral y los resultados es compensado satisfactoriamente hacia los colaboradores.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
Cumplimiento de metas	Los beneficios económicos que la empresa otorga lo incentiva a lograr sus metas, pues se encuentra motivado.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
Persistencia de tiempo	Los colaboradores ante el incremento de venta amplían su jornada laboral pues sus compensaciones lo justifican.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
Persistencia en el esfuerzo	Se dota de los recursos necesarios a los colaboradores para que el tiempo de jornada laboral pueda permitirles el cumplimiento de sus metas.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
Cumplimiento de objetivo	El cumplimiento de objetivos es una disciplina en el área, por el involucramiento de los altos mandos y las capacitaciones y la idoneidad de las herramientas.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
Ejecución de metas	En la ejecución de metas el monitoreo de la jefatura es ideal, pues ante sus limitaciones ejerce participación oportuna.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre



Variable 2: Productividad

Dimensiones	Indicadores	Ítems	
Eficacia	Tiempo	Los tiempos establecidos para el cumplimiento de las metas con los ideales.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		La jornada laboral establecida permite el incremento de la productividad en los colaboradores.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Ante la necesidad de incentivos los trabajadores incrementan su jornada laboral para satisfacer los volúmenes de venta.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Los colaboradores son reconocidos cuando laboran más tiempo del establecido para dar resultados como equipo.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Los trabajadores que han incrementado sus ventas con el tiempo establecido perciben reconocimientos proporcionales a sus esfuerzos.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
	Logro de resultados	Los jefes del área monitorean el logro de metas ejecutadas en el cumplimiento de la programación.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Si un colaborador en el desarrollo de sus ventas se ve afectado, el jefe de área proporciona herramientas para superarlas.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Los colaboradores que tienen estrategias para el incremento de sus volúmenes de ventas, la comparten con sus equipos.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Los ingresos de los colaboradores son los deseables pues reflejan el esfuerzo realizado.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Los altos mandos dotan de los recursos necesarios a los colaboradores y equipos de trabajo para el incremento de sus ventas.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre



	Si un colaborador resulta premiado por sus altos volúmenes de venta comparte sus estrategias en el área.	f. Nunca g. Casi nunca h. Algunas veces i. Casi siempre j. Siempre k. Nunca
	La empresa transmite las estrategias de los trabajadores con mayores ventas a través de capacitaciones internas.	l. Casi nunca m. Algunas veces n. Casi siempre o. Siempre p. Nunca
	Los procesos de ventas se encuentran normadas por la empresa y las jefaturas se encargan de controlarlos con confiabilidad.	q. Casi nunca r. Algunas veces s. Casi siempre t. Siempre u. Nunca
Control de procesos	La empresa audita el proceso de venta de los trabajadores con transparencia y objetividad.	v. Casi nunca w. Algunas veces x. Casi siempre y. Siempre z. Nunca
	La empresa da reconocimientos a los trabajadores que cumplen con el proceso de venta de manera disciplinada.	aa. Casi nunca bb. Algunas veces cc. Casi siempre dd. Siempre ee. Nunca
	Se aplica acciones correctivas mediante capacitaciones a los colaboradores para fortalecer procesos.	ff. Casi nunca gg. Algunas veces hh. Casi siempre ii. Siempre

Fuente: Elaboración propia



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: "MOTIVACIÓN LABORAL Y PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS DE TRIATHLON S.A.C., LIMA, 2018"

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
VARIABLE 1: MOTIVACIÓN LABORAL								
DIMENSIÓN 1: Intensidad								
1	La intensidad laboral que ejercen los colaboradores es proporcional al salario percibido.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
2	El esfuerzo desplegado en las ventas genera motivación y recompensa pertinente de los jefes.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
3	Ante el cumplimiento de metas, se generan esfuerzos mayores que generan estímulo y motivación satisfactoria.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
4	Los resultados por efecto de los aceptables niveles de venta generan reconocimiento y recompensas pertinentes.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
5	Los jefes de área participan activamente en la mejora de los resultados de las ventas, motivando a sus equipos.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
6	El desempeño laboral eficiente de los colaboradores es estimulado con bonos, recompensas u otros.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
7	Si un colaborador evidencia debilidades en su desempeño es monitoreado por el jefe de área para su fortalecimiento.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
DIMENSIÓN 2: Dirección								
8	Los jefes de área comunican con claridad y confiabilidad los beneficios por efecto del incremento de ventas.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
9	El incremento de ventas genera beneficios reales que se cumplen sin postergación; lo que motiva a los colaboradores.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
10	La calidad del esfuerzo se ven reflejados con claridad en los reportes confiables y seguros que emiten las jefaturas.							
a	Nunca							
h	Casi Nunca							



- c Algunas veces
- d Casi siempre
- e Siempre
- 11 Quienes dirigen las aéreas, son profesionales competentes que promueven y motivan a sus trabajadores sin discriminación de cargo.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 12 El esfuerzo que representa la jornada laboral y los resultados es compensado satisfactoriamente hacia los colaboradores.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 13 Los beneficios económicos que la empresa otorga lo incentiva a lograr sus metas, pues se encuentra motivado.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre

DIMENSIÓN 3: Persistencia en el trabajo

- 14 Los colaboradores ante el incremento de venta amplían su jornada laboral pues sus compensaciones lo justifican.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 15 Se dota de los recursos necesarios a los colaboradores para que el tiempo de jornada laboral pueda permitirles el cumplimiento de sus metas.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 16 El cumplimiento de objetivos es una disciplina en el área, por el involucramiento de los altos mandos y las capacitaciones y la idoneidad de las herramientas.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 17 En la ejecución de metas el monitoreo de la jefatura es ideal, pues ante sus limitaciones ejerce participación oportuna.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre



VARIABLE 2: PRODUCTIVIDAD

DIMENSIÓN 1: EFICACIA

- 1 Los tiempos establecidos para el cumplimiento de las metas con los ideales.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 2 La jornada laboral establecida permite el incremento de la productividad en los colaboradores.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 3 Ante la necesidad de incentivos los trabajadores incrementan su jornada laboral para satisfacer los volúmenes de venta.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 4 Los colaboradores son reconocidos cuando laboran más tiempo del establecido para dar resultados como equipo.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 5 Los trabajadores que han incrementado sus ventas con el tiempo establecido perciben reconocimientos proporcionales a sus esfuerzos.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 6 Los jefes del área monitorean el logro de metas ejecutadas en el cumplimiento de la programación.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 7 Si un colaborador en el desarrollo de sus ventas se ve afectado, el jefe de área proporciona herramientas para superarlas.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 8 Los colaboradores que tienen estrategias para el incremento de sus volúmenes de ventas, la comparten con sus equipos.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre

DIMENSIÓN 2: EFICIENCIA

- 9 Los ingresos de los colaboradores son los deseables pues reflejan el esfuerzo realizado.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre



- 10 Los altos mandos dotan de los recursos necesarios a los colaboradores y equipos de trabajo para el incremento de sus ventas.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
 - 11 Si un colaborador resulta premiado por sus altos volúmenes de venta comparte sus estrategias en el área.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
 - 12 La empresa transmite las estrategias de los trabajadores con mayores ventas a través de capacitaciones internas.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
 - 13 Los procesos de ventas se encuentran normadas por la empresa y las jefaturas se encargan de controlarlos con confiabilidad.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
 - 14 La empresa audita el proceso de venta de los trabajadores con transparencia y objetividad.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
 - 15 La empresa da reconocimientos a los trabajadores que cumplen con el proceso de venta de manera disciplinada.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
 - 16 Se aplica acciones correctivas mediante capacitaciones a los colaboradores para fortalecer procesos.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
-



Observaciones (precisar si hay

suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador: COSTA CASTILLO PEDRO DNI: 09925834

Especialidad del validador: IN . EN ADMINISTRACION

Los Olivos. 27 de Junio del 2018

Nombre y Firma del Experto Informante.

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

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

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

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

MOTIVACION LABORAL Y PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS DE TRIATHLON SAC, LIMA, 2018

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
¿Qué relación tiene la motivación laboral y la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?	Determinar la relación entre la motivación laboral y la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	La motivación laboral tiene una relación positiva con la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	Motivación laboral	Robbin y Judge dicen: Se define la motivación como los procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza una persona para alcanzar una meta. [...] La intensidad se refiere a la cantidad de esfuerzo que hace alguien. Es el elemento en que la mayoría se centra cuando habla de motivación. Sin embargo, es improbable que la intensidad elevada conduzca a resultados favorables en el desempeño laboral, a menos que el esfuerzo se oriente en una dirección que beneficie a la organización. Por tanto, tenemos que considerar tanto la cantidad del esfuerzo como su intensidad. El esfuerzo que nos interesa está dirigido hacia las metas de la organización y que es consistente con aquellas. Por último, la motivación tiene una dimensión de persistencia, es decir, por cuanto tiempo la persona será capaz de mantener su esfuerzo. Los individuos motivados permanecen en una tarea lo suficiente como para alcanzar su objetivo. (Robbins & Judge, 2017, pág. 209).	La variable motivación laboral se medirá a través sus dimensiones: intensidad, que será medida a través de los indicadores cantidad de esfuerzo, resultados y desempeño; la dimensión dirección, que será medida a través de sus indicadores beneficios de la organización, calidad de esfuerzo y cumplimiento de metas; y la dimensión persistencia en el trabajo, que será medida a través de sus indicadores persistencia de tiempo, cumplimiento de objetivo y ejecución de metas. La variable utilizará como instrumento el cuestionario de 18 preguntas cerradas con alternativas politómicas de Escala de Likert.	Intensidad	Cantidad de esfuerzo
							Resultados
¿Qué relación tiene la motivación laboral y la eficiencia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?	Determinar la relación entre la motivación laboral y la eficiencia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	La motivación laboral tiene una relación positiva con la eficiencia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	Productividad	Chiavenato Productividad: una organización es productiva cuando alcanza sus objetivos al transformar sus insumos o entradas en resultados cada vez mayores al costo más bajo posible. La productividad es una medida del desempeño que incluye la eficiencia y la eficacia. La eficiencia es el uso adecuado de los recursos disponibles, es decir, hace hincapié en los medios y los procesos. La eficacia es el cumplimiento de metas y objetivos perfectamente definidos; en este caso lo más importante son los fines y los resultados. Una empresa es eficaz cuando satisface con éxito las aspiraciones de sus clientes y es eficiente cuando lo hace con un costo bajo. Si una empresa mejora sus métodos y procesos tiende a aumentar su eficiencia. Si supera sus metas y objetivos eleva su eficacia. (Chiavenato, Comportamiento organizacional, 2017)	La variable productividad se medirá a través de sus dimensiones: eficacia, que será medida a través de sus indicadores tiempo y logro de resultados; la dimensión eficiencia, será medida a través de sus indicadores recursos utilizados y control de procesos. La variable utilizará como instrumento el cuestionario de 8 preguntas cerradas con alternativas politómicas de Escala de Likert.	Eficacia	Beneficios de la organización
							Calidad de esfuerzo
¿Qué relación tiene la motivación laboral y la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?	Determinar la relación entre la motivación laboral y la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	La motivación laboral tiene una relación positiva con la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	Motivación laboral	Robbin y Judge dicen: Se define la motivación como los procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza una persona para alcanzar una meta. [...] La intensidad se refiere a la cantidad de esfuerzo que hace alguien. Es el elemento en que la mayoría se centra cuando habla de motivación. Sin embargo, es improbable que la intensidad elevada conduzca a resultados favorables en el desempeño laboral, a menos que el esfuerzo se oriente en una dirección que beneficie a la organización. Por tanto, tenemos que considerar tanto la cantidad del esfuerzo como su intensidad. El esfuerzo que nos interesa está dirigido hacia las metas de la organización y que es consistente con aquellas. Por último, la motivación tiene una dimensión de persistencia, es decir, por cuanto tiempo la persona será capaz de mantener su esfuerzo. Los individuos motivados permanecen en una tarea lo suficiente como para alcanzar su objetivo. (Robbins & Judge, 2017, pág. 209).	La variable motivación laboral se medirá a través sus dimensiones: intensidad, que será medida a través de los indicadores cantidad de esfuerzo, resultados y desempeño; la dimensión dirección, que será medida a través de sus indicadores beneficios de la organización, calidad de esfuerzo y cumplimiento de metas; y la dimensión persistencia en el trabajo, que será medida a través de sus indicadores persistencia de tiempo, cumplimiento de objetivo y ejecución de metas. La variable utilizará como instrumento el cuestionario de 18 preguntas cerradas con alternativas politómicas de Escala de Likert.	Persistencia en el trabajo	Cumplimiento de metas
							Persistencia de tiempo
¿Qué relación tiene la motivación laboral y la eficiencia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?	Determinar la relación entre la motivación laboral y la eficiencia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	La motivación laboral tiene una relación positiva con la eficiencia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	Productividad	Chiavenato Productividad: una organización es productiva cuando alcanza sus objetivos al transformar sus insumos o entradas en resultados cada vez mayores al costo más bajo posible. La productividad es una medida del desempeño que incluye la eficiencia y la eficacia. La eficiencia es el uso adecuado de los recursos disponibles, es decir, hace hincapié en los medios y los procesos. La eficacia es el cumplimiento de metas y objetivos perfectamente definidos; en este caso lo más importante son los fines y los resultados. Una empresa es eficaz cuando satisface con éxito las aspiraciones de sus clientes y es eficiente cuando lo hace con un costo bajo. Si una empresa mejora sus métodos y procesos tiende a aumentar su eficiencia. Si supera sus metas y objetivos eleva su eficacia. (Chiavenato, Comportamiento organizacional, 2017)	La variable productividad se medirá a través de sus dimensiones: eficacia, que será medida a través de sus indicadores tiempo y logro de resultados; la dimensión eficiencia, será medida a través de sus indicadores recursos utilizados y control de procesos. La variable utilizará como instrumento el cuestionario de 8 preguntas cerradas con alternativas politómicas de Escala de Likert.	Eficacia	Ejecución de metas
							Tiempo
¿Qué relación tiene la motivación laboral y la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?	Determinar la relación entre la motivación laboral y la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	La motivación laboral tiene una relación positiva con la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	Motivación laboral	Robbin y Judge dicen: Se define la motivación como los procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza una persona para alcanzar una meta. [...] La intensidad se refiere a la cantidad de esfuerzo que hace alguien. Es el elemento en que la mayoría se centra cuando habla de motivación. Sin embargo, es improbable que la intensidad elevada conduzca a resultados favorables en el desempeño laboral, a menos que el esfuerzo se oriente en una dirección que beneficie a la organización. Por tanto, tenemos que considerar tanto la cantidad del esfuerzo como su intensidad. El esfuerzo que nos interesa está dirigido hacia las metas de la organización y que es consistente con aquellas. Por último, la motivación tiene una dimensión de persistencia, es decir, por cuanto tiempo la persona será capaz de mantener su esfuerzo. Los individuos motivados permanecen en una tarea lo suficiente como para alcanzar su objetivo. (Robbins & Judge, 2017, pág. 209).	La variable motivación laboral se medirá a través sus dimensiones: intensidad, que será medida a través de los indicadores cantidad de esfuerzo, resultados y desempeño; la dimensión dirección, que será medida a través de sus indicadores beneficios de la organización, calidad de esfuerzo y cumplimiento de metas; y la dimensión persistencia en el trabajo, que será medida a través de sus indicadores persistencia de tiempo, cumplimiento de objetivo y ejecución de metas. La variable utilizará como instrumento el cuestionario de 18 preguntas cerradas con alternativas politómicas de Escala de Likert.	Persistencia en el trabajo	Cumplimiento de objetivo
							Ejecución de metas
¿Qué relación tiene la motivación laboral y la eficiencia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?	Determinar la relación entre la motivación laboral y la eficiencia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	La motivación laboral tiene una relación positiva con la eficiencia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	Productividad	Chiavenato Productividad: una organización es productiva cuando alcanza sus objetivos al transformar sus insumos o entradas en resultados cada vez mayores al costo más bajo posible. La productividad es una medida del desempeño que incluye la eficiencia y la eficacia. La eficiencia es el uso adecuado de los recursos disponibles, es decir, hace hincapié en los medios y los procesos. La eficacia es el cumplimiento de metas y objetivos perfectamente definidos; en este caso lo más importante son los fines y los resultados. Una empresa es eficaz cuando satisface con éxito las aspiraciones de sus clientes y es eficiente cuando lo hace con un costo bajo. Si una empresa mejora sus métodos y procesos tiende a aumentar su eficiencia. Si supera sus metas y objetivos eleva su eficacia. (Chiavenato, Comportamiento organizacional, 2017)	La variable productividad se medirá a través de sus dimensiones: eficacia, que será medida a través de sus indicadores tiempo y logro de resultados; la dimensión eficiencia, será medida a través de sus indicadores recursos utilizados y control de procesos. La variable utilizará como instrumento el cuestionario de 8 preguntas cerradas con alternativas politómicas de Escala de Likert.	Eficacia	Recursos utilizados
							Control de procesos

Fuente: Elaboración propia.

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador.: Dr/ Mg. MANUELA GARAYAR JORJE
 1.2 Cargo e Institución donde labora: DOCENTE. UCV
 1.3 Especialidad del validador: Administrador
 1.4 Nombre del Instrumento y finalidad de su aplicación: _____
 1.5 Título de la Investigación: _____
 1.6 Autor del Instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico					✓
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables					✓
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					✓
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					✓
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					✓
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos					✓
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					✓
8. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					✓
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación					✓
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						97

Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento:

Primera variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

Segunda variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la segunda variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 97 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: Lima, 02-07-18

Firma del Experto Informante.

DNI. N° 21458058 Teléfono N° 998013090


.....
Dr. Jose A. Maysilla Garayar
CODEP. N° 360



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita) Dr. (a)/Mg.: MANSILLA GARAYAR, José Alfredo
Presente

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.**

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de la Facultad de Ciencias Empresariales Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, en la sede Lima Norte; requiero validar el instrumentos con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el grado de Bachiller en Administración.

El titulo nombre de mi tesis es: "MOTIVACIÓN LABORAL Y PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS DE TRIATHLON S.A.C., LIMA, 2018" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

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

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

Atentamente.



CASTILLO TRIGOSO JOSÉ LUIS
DNI 40105966



DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

Variable1:

MOTIVACION LABORAL

Robbin y Judge dicen: Se define la motivación como los procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza una persona para alcanzar una meta. [...]

La intensidad se refiere a la cantidad de esfuerzo que hace alguien. Es el elemento en que la mayoría se centra cuando habla de motivación. Sin embargo, es improbable que la intensidad elevada conduzca a resultados favorables en el desempeño laboral, a menos que el esfuerzo se oriente en una dirección que beneficie a la organización. Por tanto, tenemos que considerar tanto la cantidad del esfuerzo como su intensidad. El esfuerzo que nos interesa está dirigido hacia las metas de la organización y que es consistente con aquellas. Por último, la motivación tiene una dimensión de persistencia, es decir, por cuanto tiempo la persona será capaz de mantener su esfuerzo. Los individuos motivados permanecen en una tarea lo suficiente como para alcanzar su objetivo. (Robbins & Judge, 2017, pág. 209).

DIMENSIONES:

1. Intensidad
2. Dirección
3. Persistencia del esfuerzo

Variable 2:

PRODUCTIVIDAD

Productividad: una organización es productiva cuando alcanza sus objetivos al transformar sus insumos o entradas en resultados cada vez mayores al costo más bajo posible. La productividad es una medida del desempeño que incluye la eficiencia y la eficacia. La eficiencia es el uso adecuado de los recursos disponibles, es decir, hace hincapié en los medios y los procesos. La eficacia es el cumplimiento de metas y objetivos perfectamente definidos; en este caso lo más importante son los fines y los resultados. Una empresa es eficaz cuando satisface con éxito las aspiraciones de sus clientes y es eficiente cuando lo hace con un costo bajo. Si una empresa mejora sus métodos y procesos tiende a aumentar su eficiencia. Si supera sus metas y objetivos eleva su eficacia. (Chiavenato, Comportamiento organizacional, 2017, Pág. 10).

DIMENSIONES:

1. Eficacia
2. Eficiencia



MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable 1: Motivación laboral

Dimensiones	indicadores	ítems	Niveles o rangos	
Intensidad	Cantidad de esfuerzo	La intensidad laboral que ejercen los colaboradores es proporcional al salario percibido	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
		El esfuerzo desplegado en las ventas genera motivación y recompensa pertinente de los jefes	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
	Resultados	Ante el cumplimiento de metas se generan esfuerzos mayores que generan estímulo y motivación satisfactoria	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
		Los resultados por efecto de los aceptables niveles de venta generan reconocimiento y recompensas pertinentes	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
		Los jefes de área participan activamente en la mejora de los resultados de las ventas, motivando a sus equipos	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
		Los jefes de área comunican con claridad y confiabilidad los beneficios por efecto del incremento de ventas	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
	Desempeño laboral	El incremento de ventas genera beneficios reales que se cumplen sin postergación; lo que motiva a los colaboradores	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
		Los jefes de área comunican con claridad y confiabilidad los beneficios por efecto del incremento de ventas.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre	
	Dirección	Beneficios de la organización	El incremento de ventas genera beneficios reales que se cumplen sin postergación; lo que motiva a los colaboradores.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Calidad de esfuerzo	La calidad del esfuerzo se ven reflejados con claridad en los reportes confiables y seguros que emiten las jefaturas.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre



	Quienes dirigen las aéreas, son profesionales competentes que promueven y motivan a sus trabajadores sin discriminación de cargo.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
	El esfuerzo que representa la jornada laboral y los resultados es compensado satisfactoriamente hacia los colaboradores.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
Cumplimiento de metas	Los beneficios económicos que la empresa otorga lo incentiva a lograr sus metas, pues se encuentra motivado.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
Persistencia de tiempo	Los colaboradores ante el incremento de venta amplían su jornada laboral pues sus compensaciones lo justifican.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
Persistencia en el esfuerzo	Se dota de los recursos necesarios a los colaboradores para que el tiempo de jornada laboral pueda permitirles el cumplimiento de sus metas.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
Cumplimiento de objetivo	El cumplimiento de objetivos es una disciplina en el área, por el involucramiento de los altos mandos y las capacitaciones y la idoneidad de las herramientas.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
Ejecución de metas	En la ejecución de metas el monitoreo de la jefatura es ideal, pues ante sus limitaciones ejerce participación oportuna.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre



Variable 2: Productividad

Dimensiones	Indicadores	Ítems	
Eficacia	Tiempo	Los tiempos establecidos para el cumplimiento de las metas con los ideales.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		La jornada laboral establecida permite el incremento de la productividad en los colaboradores.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Ante la necesidad de incentivos los trabajadores incrementan su jornada laboral para satisfacer los volúmenes de venta.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Los colaboradores son reconocidos cuando laboran más tiempo del establecido para dar resultados como equipo.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Los trabajadores que han incrementado sus ventas con el tiempo establecido perciben reconocimientos proporcionales a sus esfuerzos.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
	Logro de resultados	Los jefes del área monitorean el logro de metas ejecutadas en el cumplimiento de la programación.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Si un colaborador en el desarrollo de sus ventas se ve afectado, el jefe de área proporciona herramientas para superarlas.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Los colaboradores que tienen estrategias para el incremento de sus volúmenes de ventas, la comparten con sus equipos.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Los ingresos de los colaboradores son los deseables pues reflejan el esfuerzo realizado.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre
		Los altos mandos dotan de los recursos necesarios a los colaboradores y equipos de trabajo para el incremento de sus ventas.	a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas veces d. Casi siempre e. Siempre



	Si un colaborador resulta premiado por sus altos volúmenes de venta comparte sus estrategias en el área.	f. Nunca g. Casi nunca h. Algunas veces i. Casi siempre j. Siempre k. Nunca
	La empresa transmite las estrategias de los trabajadores con mayores ventas a través de capacitaciones internas.	l. Casi nunca m. Algunas veces n. Casi siempre o. Siempre p. Nunca
	Los procesos de ventas se encuentran normadas por la empresa y las jefaturas se encargan de controlarlos con confiabilidad.	q. Casi nunca r. Algunas veces s. Casi siempre t. Siempre u. Nunca
Control de procesos	La empresa audita el proceso de venta de los trabajadores con transparencia y objetividad.	v. Casi nunca w. Algunas veces x. Casi siempre y. Siempre z. Nunca
	La empresa da reconocimientos a los trabajadores que cumplen con el proceso de venta de manera disciplinada.	aa. Casi nunca bb. Algunas veces cc. Casi siempre dd. Siempre ee. Nunca
	Se aplica acciones correctivas mediante capacitaciones a los colaboradores para fortalecer procesos.	ff. Casi nunca gg. Algunas veces hh. Casi siempre ii. Siempre

Fuente: Elaboración propia



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: "MOTIVACIÓN LABORAL Y PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS DE TRIATHLON S.A.C., LIMA, 2018"

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
VARIABLE 1: MOTIVACIÓN LABORAL								
DIMENSIÓN 1: Intensidad								
1	La intensidad laboral que ejercen los colaboradores es proporcional al salario percibido.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
2	El esfuerzo desplegado en las ventas genera motivación y recompensa pertinente de los jefes.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
3	Ante el cumplimiento de metas, se generan esfuerzos mayores que generan estímulo y motivación satisfactoria.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
4	Los resultados por efecto de los aceptables niveles de venta generan reconocimiento y recompensas pertinentes.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
5	Los jefes de área participan activamente en la mejora de los resultados de las ventas, motivando a sus equipos.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
6	El desempeño laboral eficiente de los colaboradores es estimulado con bonos, recompensas u otros.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
7	Si un colaborador evidencia debilidades en su desempeño es monitoreado por el jefe de área para su fortalecimiento.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
DIMENSIÓN 2: Dirección								
8	Los jefes de área comunican con claridad y confiabilidad los beneficios por efecto del incremento de ventas.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
9	El incremento de ventas genera beneficios reales que se cumplen sin postergación; lo que motiva a los colaboradores.							
a	Nunca							
b	Casi Nunca							
c	Algunas veces							
d	Casi siempre							
e	Siempre							
10	La calidad del esfuerzo se ven reflejados con claridad en los reportes confiables y seguros que emiten las jefaturas.							
a	Nunca							
h	Casi Nunca							



- c Algunas veces
- d Casi siempre
- e Siempre
- 11 Quienes dirigen las aéreas, son profesionales competentes que promueven y motivan a sus trabajadores sin discriminación de cargo.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 12 El esfuerzo que representa la jornada laboral y los resultados es compensado satisfactoriamente hacia los colaboradores.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 13 Los beneficios económicos que la empresa otorga lo incentiva a lograr sus metas, pues se encuentra motivado.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre

DIMENSIÓN 3: Persistencia en el trabajo

- 14 Los colaboradores ante el incremento de venta amplían su jornada laboral pues sus compensaciones lo justifican.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 15 Se dota de los recursos necesarios a los colaboradores para que el tiempo de jornada laboral pueda permitirles el cumplimiento de sus metas.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 16 El cumplimiento de objetivos es una disciplina en el área, por el involucramiento de los altos mandos y las capacitaciones y la idoneidad de las herramientas.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 17 En la ejecución de metas el monitoreo de la jefatura es ideal, pues ante sus limitaciones ejerce participación oportuna.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre



VARIABLE 2: PRODUCTIVIDAD

DIMENSIÓN 1: EFICACIA

- 1 Los tiempos establecidos para el cumplimiento de las metas con los ideales.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 2 La jornada laboral establecida permite el incremento de la productividad en los colaboradores.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 3 Ante la necesidad de incentivos los trabajadores incrementan su jornada laboral para satisfacer los volúmenes de venta.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 4 Los colaboradores son reconocidos cuando laboran más tiempo del establecido para dar resultados como equipo.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 5 Los trabajadores que han incrementado sus ventas con el tiempo establecido perciben reconocimientos proporcionales a sus esfuerzos.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 6 Los jefes del área monitorean el logro de metas ejecutadas en el cumplimiento de la programación.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 7 Si un colaborador en el desarrollo de sus ventas se ve afectado, el jefe de área proporciona herramientas para superarlas.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
- 8 Los colaboradores que tienen estrategias para el incremento de sus volúmenes de ventas, la comparten con sus equipos.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre

DIMENSIÓN 2: EFICIENCIA

- 9 Los ingresos de los colaboradores son los deseables pues reflejan el esfuerzo realizado.
- a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre



- 10 Los altos mandos dotan de los recursos necesarios a los colaboradores y equipos de trabajo para el incremento de sus ventas.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
 - 11 Si un colaborador resulta premiado por sus altos volúmenes de venta comparte sus estrategias en el área.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
 - 12 La empresa transmite las estrategias de los trabajadores con mayores ventas a través de capacitaciones internas.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
 - 13 Los procesos de ventas se encuentran normadas por la empresa y las jefaturas se encargan de controlarlos con confiabilidad.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
 - 14 La empresa audita el proceso de venta de los trabajadores con transparencia y objetividad.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
 - 15 La empresa da reconocimientos a los trabajadores que cumplen con el proceso de venta de manera disciplinada.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
 - 16 Se aplica acciones correctivas mediante capacitaciones a los colaboradores para fortalecer procesos.
 - a Nunca
 - b Casi Nunca
 - c Algunas veces
 - d Casi siempre
 - e Siempre
-



Observaciones (precisar si hay

suficiencia): HAY SUFICIENCIA

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

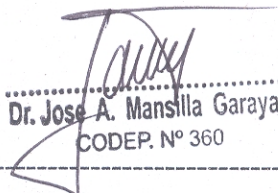
Apellidos y nombres del juez

validador: Dr. MANSILLA GARAYAR, JOSÉ A. DNI: 21458050

Especialidad del

validador: Administrador

Los Olivos. 02 de Junio del 2018


Dr. José A. Mansilla Garayar
CODEP. N° 360

Nombre y Firma del Experto Informante.

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

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

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

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

MOTIVACION LABORAL Y PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS DE TRIATHLON SAC, LIMA, 2018

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
¿Qué relación tiene la motivación laboral y la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?	Determinar la relación entre la motivación laboral y la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	La motivación laboral tiene una relación positiva con la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	Motivación laboral	Robbin y Judge dicen: Se define la motivación como los procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza una persona para alcanzar una meta. [...] La intensidad se refiere a la cantidad de esfuerzo que hace alguien. Es el elemento en que la mayoría se centra cuando habla de motivación. Sin embargo, es improbable que la intensidad elevada conduzca a resultados favorables en el desempeño laboral, a menos que el esfuerzo se oriente en una dirección que beneficie a la organización. Por tanto, tenemos que considerar tanto la cantidad del esfuerzo como su intensidad. El esfuerzo que nos interesa está dirigido hacia las metas de la organización y que es consistente con aquellas. Por último, la motivación tiene una dimensión de persistencia, es decir, por cuanto tiempo la persona será capaz de mantener su esfuerzo. Los individuos motivados permanecen en una tarea lo suficiente como para alcanzar su objetivo. (Robbins & Judge, 2017, pág. 209).	La variable motivación laboral se medirá a través sus dimensiones: intensidad, que será medida a través de los indicadores cantidad de esfuerzo, resultados y desempeño; la dimensión dirección, que será medida a través de sus indicadores beneficios de la organización, calidad de esfuerzo y cumplimiento de metas; y la dimensión persistencia en el trabajo, que será medida a través de sus indicadores persistencia de tiempo, cumplimiento de objetivo y ejecución de metas. La variable utilizará como instrumento el cuestionario de 18 preguntas cerradas con alternativas politómicas de Escala de Likert.	Intensidad	Cantidad de esfuerzo
							Resultados
¿Qué relación tiene la motivación laboral y la eficiencia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?	Determinar la relación entre la motivación laboral y la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	La motivación laboral tiene una relación positiva con la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	Productividad	Chiavenato Productividad: una organización es productiva cuando alcanza sus objetivos al transformar sus insumos o entradas en resultados cada vez mayores al costo más bajo posible. La productividad es una medida del desempeño que incluye la eficiencia y la eficacia. La eficiencia es el uso adecuado de los recursos disponibles, es decir, hace hincapié en los medios y los procesos. La eficacia es el cumplimiento de metas y objetivos perfectamente definidos; en este caso lo más importante son los fines y los resultados. Una empresa es eficaz cuando satisface con éxito las aspiraciones de sus clientes y es eficiente cuando lo hace con un costo bajo. Si una empresa mejora sus métodos y procesos tiende a aumentar su eficiencia. Si supera sus metas y objetivos eleva su eficacia. (Chiavenato, Comportamiento organizacional, 2017)	La variable productividad se medirá a través de sus dimensiones: eficacia, que será medida a través de sus indicadores tiempo y logro de resultados; la dimensión eficiencia, será medida a través de sus indicadores recursos utilizados y control de procesos. La variable utilizará como instrumento el cuestionario de 8 preguntas cerradas con alternativas politómicas de Escala de Likert.	Eficacia	Beneficios de la organización
							Calidad de esfuerzo
¿Qué relación tiene la motivación laboral y la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?	Determinar la relación entre la motivación laboral y la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	La motivación laboral tiene una relación positiva con la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	Motivación laboral	Robbin y Judge dicen: Se define la motivación como los procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza una persona para alcanzar una meta. [...] La intensidad se refiere a la cantidad de esfuerzo que hace alguien. Es el elemento en que la mayoría se centra cuando habla de motivación. Sin embargo, es improbable que la intensidad elevada conduzca a resultados favorables en el desempeño laboral, a menos que el esfuerzo se oriente en una dirección que beneficie a la organización. Por tanto, tenemos que considerar tanto la cantidad del esfuerzo como su intensidad. El esfuerzo que nos interesa está dirigido hacia las metas de la organización y que es consistente con aquellas. Por último, la motivación tiene una dimensión de persistencia, es decir, por cuanto tiempo la persona será capaz de mantener su esfuerzo. Los individuos motivados permanecen en una tarea lo suficiente como para alcanzar su objetivo. (Robbins & Judge, 2017, pág. 209).	La variable motivación laboral se medirá a través sus dimensiones: intensidad, que será medida a través de los indicadores cantidad de esfuerzo, resultados y desempeño; la dimensión dirección, que será medida a través de sus indicadores beneficios de la organización, calidad de esfuerzo y cumplimiento de metas; y la dimensión persistencia en el trabajo, que será medida a través de sus indicadores persistencia de tiempo, cumplimiento de objetivo y ejecución de metas. La variable utilizará como instrumento el cuestionario de 18 preguntas cerradas con alternativas politómicas de Escala de Likert.	Persistencia en el trabajo	Cumplimiento de metas
							Persistencia de tiempo
¿Qué relación tiene la motivación laboral y la eficiencia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?	Determinar la relación entre la motivación laboral y la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	La motivación laboral tiene una relación positiva con la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	Productividad	Chiavenato Productividad: una organización es productiva cuando alcanza sus objetivos al transformar sus insumos o entradas en resultados cada vez mayores al costo más bajo posible. La productividad es una medida del desempeño que incluye la eficiencia y la eficacia. La eficiencia es el uso adecuado de los recursos disponibles, es decir, hace hincapié en los medios y los procesos. La eficacia es el cumplimiento de metas y objetivos perfectamente definidos; en este caso lo más importante son los fines y los resultados. Una empresa es eficaz cuando satisface con éxito las aspiraciones de sus clientes y es eficiente cuando lo hace con un costo bajo. Si una empresa mejora sus métodos y procesos tiende a aumentar su eficiencia. Si supera sus metas y objetivos eleva su eficacia. (Chiavenato, Comportamiento organizacional, 2017)	La variable productividad se medirá a través de sus dimensiones: eficacia, que será medida a través de sus indicadores tiempo y logro de resultados; la dimensión eficiencia, será medida a través de sus indicadores recursos utilizados y control de procesos. La variable utilizará como instrumento el cuestionario de 8 preguntas cerradas con alternativas politómicas de Escala de Likert.	Eficacia	Ejecución de metas
							Tiempo
¿Qué relación tiene la motivación laboral y la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?	Determinar la relación entre la motivación laboral y la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	La motivación laboral tiene una relación positiva con la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	Productividad	Chiavenato Productividad: una organización es productiva cuando alcanza sus objetivos al transformar sus insumos o entradas en resultados cada vez mayores al costo más bajo posible. La productividad es una medida del desempeño que incluye la eficiencia y la eficacia. La eficiencia es el uso adecuado de los recursos disponibles, es decir, hace hincapié en los medios y los procesos. La eficacia es el cumplimiento de metas y objetivos perfectamente definidos; en este caso lo más importante son los fines y los resultados. Una empresa es eficaz cuando satisface con éxito las aspiraciones de sus clientes y es eficiente cuando lo hace con un costo bajo. Si una empresa mejora sus métodos y procesos tiende a aumentar su eficiencia. Si supera sus metas y objetivos eleva su eficacia. (Chiavenato, Comportamiento organizacional, 2017)	La variable productividad se medirá a través de sus dimensiones: eficacia, que será medida a través de sus indicadores tiempo y logro de resultados; la dimensión eficiencia, será medida a través de sus indicadores recursos utilizados y control de procesos. La variable utilizará como instrumento el cuestionario de 8 preguntas cerradas con alternativas politómicas de Escala de Likert.	Eficacia	Logro de resultados
							Recursos utilizados
¿Qué relación tiene la motivación laboral y la productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018?	Determinar la relación entre la motivación laboral y la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	La motivación laboral tiene una relación positiva con la eficacia de la fuerza de ventas de TRIATHLON SAC, Lima, 2018.	Productividad	Chiavenato Productividad: una organización es productiva cuando alcanza sus objetivos al transformar sus insumos o entradas en resultados cada vez mayores al costo más bajo posible. La productividad es una medida del desempeño que incluye la eficiencia y la eficacia. La eficiencia es el uso adecuado de los recursos disponibles, es decir, hace hincapié en los medios y los procesos. La eficacia es el cumplimiento de metas y objetivos perfectamente definidos; en este caso lo más importante son los fines y los resultados. Una empresa es eficaz cuando satisface con éxito las aspiraciones de sus clientes y es eficiente cuando lo hace con un costo bajo. Si una empresa mejora sus métodos y procesos tiende a aumentar su eficiencia. Si supera sus metas y objetivos eleva su eficacia. (Chiavenato, Comportamiento organizacional, 2017)	La variable productividad se medirá a través de sus dimensiones: eficacia, que será medida a través de sus indicadores tiempo y logro de resultados; la dimensión eficiencia, será medida a través de sus indicadores recursos utilizados y control de procesos. La variable utilizará como instrumento el cuestionario de 8 preguntas cerradas con alternativas politómicas de Escala de Likert.	Eficacia	Control de procesos

Fuente: Elaboración propia.

TERESA GONZALES MONCADA, COORDINADORA DE INVESTIGACION DEL PFA de la Universidad César Vallejo (precisar filial o sede) LIMA NORTE, revisor(a) de la tesis titulada

"MOTIVACIÓN LABORAL Y PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS DE TRIATHLON S.A.C., LIMA 2018"

Del (de la) estudiante CASTILLO TRIGOSO JOSE LUIS constato que la investigación tiene un índice de similitud de 27 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó 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.

Lima, 12 de diciembre 2018



.....

Firma
TERESA GONZALES MONCADA
DNI: 25728455

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

Resumen de coincidencias

27%

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
Motivación laboral y Productividad de la fuerza de ventas de
TRIATHLON S.A.C., Lima, 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:
JOSÉ LUIS CASTILLO TRIGOSO
ASESOR:
Mg. CARLOS ANTONIO MERINO ZEVALLOS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
GESTIÓN DE ORGANIZACIONES

LIMA - PERÚ
2018



1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	2%
2	repositorio.unhival.edu... Fuente de Internet	1%
3	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1%
4	mirelespaciobeducati... Fuente de Internet	1%
5	dspace.uazuay.edu.ec Fuente de Internet	1%
6	issuu.com Fuente de Internet	1%
7	cerebromotivacional.w... Fuente de Internet	1%
8	www.readbag.com Fuente de Internet	1%
9	invega5.blogspot.com Fuente de Internet	1%



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de sus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega:	Jose Castillo Trigos
Título del ejercicio:	GRUPO 66
Título de la entrega:	Motivación laboral y Productividad ...
Nombre del archivo:	ESQUEMA_OFICIAL_DE_TESIS_JL...
Tamaño del archivo:	193.8K
Total páginas:	78
Total de palabras:	16,490
Total de caracteres:	91,179
Fecha de entrega:	27-nov-2018 09:27 p.m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega:	1046077842





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

CASTILLO TRIGOSO JOSE LUIS

D.N.I. : 40105966

Domicilio : Calle Los diamantes S/N Mz. "M" Lt. 16 – Urb. Huaytapallana – Los Olivos

Teléfono : Fijo : 5220816 Móvil : 991820554

E-mail : jluiscastillot@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales

Escuela : Administración

Carrera : Administración

Título : Licenciado en Administración

Tesis de Post grado

Maestría

Doctorado

Grado : _____

Mención: _____

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

CASTILLO TRIGOSO JOSE LUIS

Título de la tesis:

Motivación laboral y productividad de la fuerza de ventas de TRIATHLON S.A.C., Lima 2018.

4. AUTORIZACION DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRONICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Fecha: 12/12/18



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACION DE LA VERSION FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACION

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACION DE:

LA ESCUELA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

CASTILLO TRIGOSO JOSE LUIS

INFORME TITULADO:

MOTIVACION LABORAL Y PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS DE TRIATHLON S.A.C., LIMA 2018.

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENDADO EN FECHA: 19/07/2018

NOTA O MENCION: 17





FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN