



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Motivación extrínseca en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas
de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

DELGADO SOTELO FREDDY ANTONIO (ORCID:0000-0002-5123-040X)

ASESOR:

Dr. DÁVILA ARENAZA, VICTOR DEMETRIO (ORCID:0000-0002-8917-1919)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
GESTIÓN DE ORGANIZACIONES

LIMA-PERÚ

2019

Dedicatoria

Dedicado especialmente a mis padres, por su incondicional apoyo y comprensión, quienes me inculcaron buenos valores y principios en la vida.

Agradecimiento

Un agradecimiento especial a Dios y a mis padres, por su amor, comprensión y apoyo incondicional para desarrollarme profesionalmente.

Página del Jurado

| | | |
|--|---------------------------------------|---|
|  UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO | ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS | Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 2 |
|--|---------------------------------------|---|

El Jurado encargado de evaluar la Tesis presentada por don(ña)
Freddy Antonio Delgado Sotelo cuyo título es:
" Motivación extrínseca en el cumplimiento de metas con la fuerza de
ventas de TIENDAS PERUANAS S A, Independencia, 2019
"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el
estudiante, otorgándole el calificativo de: 14 (número) catorce
(letras).

Los Olivos, 08 de julio de 2019



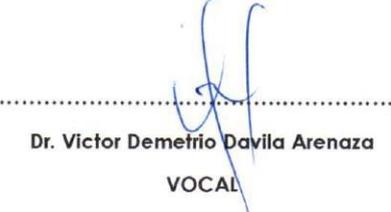
Dr. Carlos Alberto Garcia Palacios

PRESIDENTE



Mgtr. Giancarlo Mariano Mancarella Valladares

SECRETARIO



Dr. Victor Demetrio Davila Arenaza

VOCAL

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

Declaratoria de autenticidad

Declaración de autenticidad

Yo Freddy Antonio Delgado Sotelo con DNI N° 47625938 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela 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, 08 de Julio del 2019



FREDDY ANTONIO DELGADO SOTELO

Índice

| | |
|---|------|
| Carátula | i |
| Dedicatoria | ii |
| Agradecimiento | iii |
| Página del jurado | iv |
| Declaratoria de autenticidad | v |
| Índice | vi |
| Índice de tablas | vii |
| Índice de figuras | viii |
| Resumen | ix |
| Abstract | x |
| I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| II. MÉTODO | 11 |
| 2.1. Tipo y diseño de investigación | 11 |
| 2.2. Operacionalización de variables | 14 |
| 2.3. Población, muestra y muestreo | 15 |
| 2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad | 15 |
| 2.5. Procedimiento | 17 |
| 2.6. Método de análisis de datos | 17 |
| 2.7. Aspectos éticos | 18 |
| III. RESULTADOS | 19 |
| IV. DISCUSIÓN | 26 |
| V. CONCLUSIONES | 32 |
| VI. RECOMENDACIONES | 33 |
| Referencias. | 34 |
| Anexos | 37 |

Índice de tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1: Juicio de expertos | 16 |
| Tabla 2: Criterios de confiabilidad | 16 |
| Tabla 3: Alfa de Cronbach | 17 |
| Tabla 4: Análisis de la Fiabilidad | 17 |
| Tabla 5: Estadístico de datos de la dimensión 1: Reconocimiento | 19 |
| Tabla 6: Estadístico de datos de la dimensión 2: Incentivos | 19 |
| Tabla 7: Estadístico de datos de la dimensión 3: Condiciones de trabajo | 20 |
| Tabla 8: Estadístico de datos de la dimensión 1: Metas a corto plazo | 20 |
| Tabla 9: Estadístico de datos de la dimensión 2: Metas a mediano plazo | 21 |
| Tabla 10: Estadístico de datos de la dimensión 3: Metas a largo plazo | 21 |
| Tabla 11: Escala de Coeficiente de Correlación | 22 |
| Tabla 12: Escala de correlación de la variable motivación extrínseca y la variable metas | 23 |
| Tabla 13: Escala de correlación de la dimensión reconocimiento y la variable metas | 23 |
| Tabla 14: Escala de correlación de la dimensión incentivos y la variable metas | 24 |
| Tabla 15: Escala de correlación de la dimensión condiciones de trabajo y la variable metas | 25 |

Índice de figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1: Respuesta de la dimensión 1: Reconocimiento | 19 |
| Figura 2: Respuesta de la dimensión 2: Incentivos | 19 |
| Figura 3: Respuesta de la dimensión 3: Condiciones de trabajo | 20 |
| Figura 4: Respuesta de la dimensión 4: Metas a corto plazo | 20 |
| Figura 5: Respuesta de la dimensión 5: Metas a mediano plazo | 21 |
| Figura 6: Respuesta de la dimensión 6: Metas a largo plazo | 21 |

Resumen

El objetivo de la tesis ha sido determinar la influencia de la Motivación extrínseca en el cumplimiento de metas en la empresa Tiendas Peruanas S.A, Teoría de los dos factores de Herzberg, el factor higiénico que plantea Herzberg, cita las condiciones que el colaborador se aparece envuelto; es decir, condiciones físicas y ambientales, sueldos, remuneraciones, beneficios laborales y los factores motivacionales según Herzberg, cita las funciones, reconocimientos, logros, progresos, etc., siendo este tipo de motivación más perdurable y al ser así aumenta el sentir positivo de los colaboradores. Según León y Díaz (2013). La motivación extrínseca es aquella inducida por medio de estímulos y premios de la tarea que un colaborador realiza para obtenerlos ya que se difunde por factores externos que son el reconocimiento por un logro, incentivos laborales y las condiciones de trabajo en las que desempeña el trabajador para así alcanzar las metas y objetivos establecidos lo que genera una mayor efectividad y mejores resultados. Según Reeve (2003). Las metas en toda empresa se deben de cumplir es por ello que dependen el esfuerzo de los empleados, las metas se relacionan con el comportamiento, por eso las actitudes buscan llegar a las metas pasando por encima de cualquier problema o dificultad que pueda alejar al trabajador de llegar a cumplirla. El tipo de investigación ha sido Aplicada, la población estuvo conformada por 100 trabajadores, la muestra ha sido censal, el instrumento que utilizó fue el cuestionario de tipo Likert, los resultados que se ha obtenido es que la calidad de producción influye significativamente en el posicionamiento en el mercado de la Empresa Tiendas Peruanas S.A.

PALABRAS CLAVE: Motivación extrínseca, incentivos laborales y metas.

Abstract

The objective of the thesis has been to determine the influence of extrinsic motivation in the achievement of goals in the company Tiendas Peruanas SA, Herzberg's theory of the two factors, the hygienic factor raised by Herzberg, cites the conditions that the employee appears to be involved ; that is, physical and environmental conditions, salaries, remunerations, labor benefits and motivational factors according to Herzberg, cites functions, acknowledgments, achievements, progress, etc., this type of motivation being more lasting and, as such, increases the positive feeling of the collaborators According to León and Díaz (2013). The extrinsic motivation is that induced by means of stimuli and rewards of the task that a collaborator performs to obtain them since it is diffused by external factors that are the recognition by an achievement, work incentives and the working conditions in which the worker performs for thus achieving the goals and objectives established which generates greater effectiveness and better results. According to Reeve (2003). The goals in any company must be met is why they depend on the efforts of employees, the goals are related to behavior, so attitudes seek to reach the goals passing over any problem or difficulty that may alienate the worker to get to fulfill it. The type of research has been Applied, the population was made up of 100 workers, the sample was census, the instrument that was used was the Likert questionnaire, the results that have been obtained is that the quality of production significantly influences the positioning in the market of Empresa Tiendas Peruanas SA

KEYWORDS: Extrinsic motivation, work incrnatives and goals.

I. INTRODUCCIÓN

A nivel global la motivación es un agente significativo en cualquier organización principalmente la motivación extrínseca que es la que influye con mejor frecuencia entre otros en el desempeño de los colaboradores y por ende busca el cumplimiento de metas y objetivos mediante una buena gestión, ya que la motivación incide de manera directa en los colaboradores y todo ello repercute en el desempeño de sus funciones permitiéndoles trabajar con una eficiencia y eficacia para la obtención de resultados. Es por ello, que las compañías deben operar la motivación sobre su equipo de ventas como una pieza fundamental descubriendo en ellos aquellas carencias de motivación extrínseca que deberán ser controladas y reforzadas ya que estas influyen en el cumplimiento de metas y se verá reflejado en la solución que obtienen y en el compromiso que tienen con la compañía.

De otro lado las organizaciones y empresas del Perú no desarrollan esta estrategia de gestión empresarial por cuanto la mayoría de ellas tratan de pagar el sueldo mínimo vital, siendo este uno de los elementos de la motivación extrínseca por lo que los trabajadores no se sienten motivado, en un artículo publicado por el Diario la Gestión (2014) indican que “la motivación solo se logra cuando un empleado se encuentra en proporción entre sus intereses y los de la compañía”, por otra parte como es de público conocimiento “los sueldos son un buen incentivo para los trabajadores y se considera como un reconocimiento de su esfuerzo y que entre otros también permite su identificación con la empresa, aumenta su autoestima, efectividad y buen desempeño”. También un artículo publicado por el diario gestión (2016) comenta “que está probado que el compromiso de los empleados logra aumentar un 20% del cumplimiento de un colaborador”.

Por consiguiente, la motivación es de suma importancia para una compañía, ya esta esté constituida por pocos o muchos colaboradores, puesto que el personal que lo integra permitirá el incremento de todo negocio y por lo que las compañías deben incentivar de manera constante a sus colaboradores mediante remuneraciones, incentivos, buenas condiciones de trabajo, capacitaciones, etc. haciéndoles sentir importantes en la compañía y esto logrará que estos siempre se mantengan involucrados con sus metas y sobre todo con el desarrollo de la compañía.

A nivel local las empresas están tomando conciencia de la importancia que tiene la motivación para sus empleados, brindarles incentivos como aumento de sueldos, un clima laboral en el que pueda desempeñarse de forma adecuada para el cumplimiento de metas y así poder aumentar su productividad respecto a la competencia, todo esto con el fin de que estos satisfagan sus necesidades y tengan un buen rendimiento en el desempeño de tareas, al contrario existen otras empresas por la zona de estudio que los empleados no son bien tratados ni remunerados; se atrasan en sus pagos, no gozan de beneficios y no pueden dar todo de sí para que la organización crezca y gane más cliente (fidelización), por ende aumente sus ingresos ya que el crecimiento y posicionamiento de una empresa depende del factor humano.

A nivel específico Tiendas Peruanas S.A que fue creada en el año 2008 que pertenece al grupo Intercorp cuenta con 20 tiendas a nivel nacional, siendo cada una de ellas imagen para la cadena de tiendas por departamentos que luego tomaría como nombre comercial Oechsle, contexto de estudio, la ubicación que nos centraremos será la del distrito de Independencia ubicada en el centro comercial Plaza Lima Norte. El proyecto de investigación de la empresa Tiendas Peruanas S.A de Independencia en el área de ventas nos da a conocer que existe falta de motivación y mejora en aquellos factores extrínsecos como es los reconocimientos, incentivos, condiciones de trabajo, etc. que elevan el buen desempeño de los colaboradores. Por otra parte, el clima laboral, que resulta ser un factor importante es un tema a tomar en cuenta ya que los asesores comerciales de venta no están lo suficientemente motivados por que sienten que no se le está tomando muy en cuenta su esfuerzo, el trabajo es algo rutinario para ellos y no se esfuerzan en dar más de sí mismos solo logran un monto (venta) y se conforman con eso y no se centran en vender más para beneficio de la empresa (que al fin y al cabo llega a ser más remuneración para ellos) y poder formar un equipo exitoso que logre el cumplimiento de metas y objetivos para buscar mayores ingresos empresa además de marcar una diferencia sobre la competencia.

En consideración a lo expuesto es concerniente desenvolver una investigación que nos autorice a decretar la influencia de la motivación extrínseca en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia 2019.

Chicaiza, W y Cragno, A. (2017). *Motivación en 3 escuelas de medicina de Ecuador*. (artículo científico publicado en “Educación médica”). Quito, Ecuador: El

servier. Los autores manifestaron en su libro como objetivo general analizar los patrones que tienen que ver con la motivación de los alumnos de la facultad de medicina en tres universidades en Ecuador. Se pudo concluir que es necesario ahondar en el tema de la motivación de los estudiantes porque todo esto repercute en su aprendizaje y desarrollo lo que mejora su rendimiento escolar.

Del Carmen, A. (2003). *Motivación laboral en un servicio de urgencias hospitalario*. (artículo científico publicado en “Educación médica”). Quito, Ecuador: El servier. El autor planteo como el principal objetivo de este estudio analizar la motivación de los médicos según su percepción y observación. En conclusión, el reconocimiento de logros, la mejora salarial y las condiciones de trabajo son pilares fundamentales de incentivos para mejorar el rendimiento de las personas.

Muñoz, A. y Ramírez, M. (2014). *La motivación de los empleados: más allá de la zanahoria y el garrote*. (artículo científico publicado en “cuéntELE”). Medellín, Colombia: Idiomas EAFIT. El autor determinó diferentes estudios que evidencian relación entre la motivación extrínseca con la satisfacción laboral. Para concluir la empresa debe implementar diversas estrategias, ya que motivar a un trabajador lo hace más competente y se pueda desarrollar de la mejor forma para propiciar su crecimiento laboral.

Molina, H. (2000). *Establecimiento de metas, comportamiento y desempeño*. (artículo científico publicado en “scielo”). Cali, Colombia: Universidad del valle. El autor evidencio la problemática de los enfoques de motivación que afectan y repercuten en el comportamiento, por ello, el ambiente de trabajo debe ser el más cómodo y grato para desarrollar sus laborales. Por lo que se concluyó, en este artículo analizar las pautas que tienen que ver con el desempeño de los trabajadores para lograr el cumplimiento de metas.

Salmerón, H., Gutiérrez, C., Salmerón, P. y Rodríguez S. (2011). *Metas de logro, estrategias de regulación y rendimiento académico en diferentes estudios universitarios*. (artículo científico publicado en “RIE”). Madrid, España: Instituto de Ciencias Materiales de Madrid. El autor manifestó que lograr metas en la educación son características que tienen que ver con la mente de los estudiantes ya que funcionan para integrarse en el ambiente logrando su realización desarrollándose personalmente. Para

concluir se puede argumentar que este artículo ayudo a conocer como se relacionan las metas con el desempleo de los estudiantes.

Sum (2015). *Motivación y su desempeño laboral en la Empresa de la zona 1, Quetzaltenango*. (tesis para obtener el grado profesional de licenciado en psicología industrial). Ciudad de Guatemala, Guatemala: Universidad Rafael Landívar. El autor afirmó como objetivo general de la investigación establecer la influencia de la motivación en el desempeño laboral del personal administrativo en la empresa de alimentos de la zona 1 de Quetzaltenango. Se concluyó, que ambas variables de estudio se relacionan positivamente ya que la motivación repercute en el desempeño laboral y en rendimiento.

Delgado, V. (2012). *La Motivación Laboral y su Incidencia en el Desempeño laboral: un estudio de caso*. (tesis para obtener el título profesional de Licenciado en administración). Caracas, Venezuela: Universidad Central. El autor manifestó que el objetivo general de esta investigación fue determinar la relación de la motivación con el desempeño laboral. En conclusión, la motivación influye significativamente en el desempeño laboral ya que al mayor desempeño se consiguen mayores resultados y se llega al cumplimiento de metas.

Olvera, Y. (2015). *Estudio de la Motivación y su influencia en el desempeño laboral de los empleados administrativos del área comercial de la constructora Furoiani Obras y Proyectos*. (tesis para obtener el título de Psicología Industrial). Guayaquil, Ecuador: Universidad de Guayaquil. El autor definió como objetivo especificar los factores motivacionales que intervienen en el desempeño del personal administrativo. Esta investigación fue considerada por el resultado obtenido del autor, en el cual comprueba una vez más la relación de la motivación con el desempeño, donde si la variable principal es afectada (motivación), puede repercutir en la otra (desempeño laboral).

Martínez, M. (2016). *La Motivación y el Desempeño Laboral de la empresa Celsius Ecuador del cantón Quito, Provincia de Pichincha*. (tesis para obtener el título profesional de Licenciado en psicología). Quito, Ecuador: Universidad de Ambato. El autor planteo como objetivo examinar la incidencia que tiene la motivación en el

desempeño de los empleados de la organización. Llegando a la conclusión, que esta investigación fue considerada por la confirmación del investigador, en que el trato y el salario no debe ser el mismo para cada trabajador, debe de variar según su desempeño, el cual es importante como factor motivador primario.

Sánchez, M. (2017). *La Motivación Extrínseca Y Su Influencia En El Desempeño De Los Pilotos De La Empresa Lima Bus, Lima*. (tesis para obtener el grado de licenciada en administración). Lima, Perú: Universidad Cesar Vallejo. El autor propuso como objetivo general de esta investigación determinar la influencia de la motivación extrínseca en el desempeño de los pilotos de la empresa Lima Bus. En conclusión, se determinó que la motivación extrínseca influye significativamente en el desempeño de los pilotos de la empresa Lima Bus.

Velásquez, C. (2014). *La Motivación Extrínseca Y Su Relación Con El Rendimiento Académico en el Idioma Inglés En Los Estudiantes De Nivel Secundaria Turno Tarde De La Institución Educativa Emblemática Elvira García Y García Pueblo Libre, Lima*. (Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Administración). Lima, Perú: Universidad Nacional de educación Enrique Guzmán y Valle. El autor infirió como objetivo general de la investigación determinar la relación de la motivación extrínseca en el regimiento académico. En conclusión, la motivación extrínseca se relaciona significativamente con el rendimiento ya que el nivel de correlación indica que es fuerte y positiva.

Lauro, M. (2017). *Motivación Laboral en los colaboradores del área de A y B en Thunderbird Salsa's, del distrito de Miraflores, en el 2017*. (tesis para obtener el título profesional de licenciada en turismo y hotelería). Lima, Perú: Universidad Cesar Vallejo. La autora propuso como objetivo general fue identificar el rango de motivación laboral que se desarrolla en el área Ay B en Thunderbird Salsa's, del distrito de Miraflores. En conclusión, un 66% se siente motivado por la empresa por lo tanto puede asegurarse que si se ejercen factores motivacionales ya que genera más ganancias y mejores situaciones de oportunidades dentro y fuera de la empresa.

Puma, E. (2015). *La Motivación Y Su Relación Con El Compromiso Organizacional Del Personal Del Área De Ventas De La Empresa Campo Fe, Distrito*

De San Borja, 2015. (tesis para obtener el grado de licenciada en administración). Lima, Perú: Universidad Cesar Vallejo. La autora enfatizó como objetivo general determinar la relación del compromiso organizacional en el área de ventas con la motivación de la empresa. En conclusión, que si existe una relación significativa entre la motivación y el compromiso organizacional ya que se tiene un coeficiente de correlación de 84.7 %.

Carhuachin, (2016). *Motivación laboral de la fuerza de ventas de la Empresa AC Distribuidores EIRL, Santa Anita –Lima.* (tesis para obtener el título profesional de Licenciado en administración). Lima, Perú: Universidad Cesar Vallejo. El autor propuso como objetivo general de la investigación determinar cuáles son las características de la motivación laboral de la fuerza de ventas en la empresa AC Distribuidores EIRL Santa Anita -2016. En conclusión, se determinó que las características esfuerzo, desempeño, recompensa y metas de la fuerza de ventas de la empresa AC Distribuidores EIRL, que los trabajos que se realizan la fuerza de venta son rutinarios todos los días, por esta razón muchos de ellos se sienten desmotivados.

La teoría que soporta la motivación extrínseca es: La teoría de los dos factores de Herzberg, la plantea en el año de 1968 en su obra “*One More Time, How Do You Motivate Employees*”.

Esta teoría representa dos factores; higiénicos y motivacionales.

El factor higiénico que plantea Herzberg, cita las condiciones que el colaborador se aparece envuelto; es decir, condiciones físicas y ambientales, sueldos, remuneraciones, beneficios laborales. El factor higiénico no modifica la conducta del colaborador; más bien, eluden que el desarrollo de sus tareas se llegue a sentir algún tipo de insatisfacción.

El factor motivacional está enfocado esencialmente en la pieza clave de una organización; el colaborador, ya que teniéndolo motivado y saber recompensar es esencial en una empresa.

Esta teoría de Herzberg encierra importantes elementos que influyen en el cumplimiento y desempeño de los colaboradores en una compañía. Ya que los factores intrínsecos y extrínsecos, como son: remuneraciones, condiciones del trabajo,

incentivos, etc. son factores que permiten un mejor cumplimiento de las metas en los colaboradores.

Robbins (2005), plantea como definición la motivación es un proceso por el cual los individuos se esfuerzan para alcanzar una meta haciendo a los empleados más competentes y productivos ya que si no se da significa que no existe una motivación intrínseca ni extrínseca ya que no darán todo su esfuerzo y concentración en realizar las funciones establecidas y esto repercutirá en el desarrollo de la organización.

Por otro lado Chiavenato (2015), define que la motivación es un elemento fundamental para comprender la conducta de un individuo con su entorno, así mismo se puede definir como un modo psicológico primordial relacionado con las condiciones, identificación y nociones. La motivación es una manera que genera el deseo de un comportamiento que conduce hacia un objetivo trazado por medio de un incentivo ya que esto se relaciona con las necesidades y estímulos laborales.

Según los autores León y Díaz (2013), plantean una definición sobre la motivación extrínseca la cual nos dice que es aquella inducida por medio de estímulos y premios de la tarea que un colaborador realiza para obtenerlos ya que se difunde por factores externos que son los reconocimiento por un logro, incentivos laborales y las condiciones de trabajo en las que desempeña el trabajador para así alcanzar las metas y objetivos establecidos lo que genera una mayor efectividad y mejores resultados.

Según Chiavenato (2012), afirmó que para que exista Motivación extrínseca es fundamental que se dé una percepción diferente en cada individuo ya que actúan medios receptores como el pensamiento, sentimiento y acciones, como ejemplo se propone la remuneración de un empleado ya que no motiva, pero si cuando se da una mejora salarial se genera una diferencia en las actitudes y acciones del trabajador.

Asimismo, Reeve (2010), afirmó que la motivación externa por el lugar de origen es influenciada desde afuera de la persona por otros individuos o el ambiente además depende de que se dé una serie de circunstancias o exista algo ya preparado para generar este tipo de motivación. En la mayoría de los empleados de una empresa están

en constante motivación por parte de sus jefes para así beneficiar no solo al colaborador sino lograr metas trazadas por la empresa.

Según Reeve (2003), afirmó que las metas en toda empresa se deben de cumplir es por ello que dependen el esfuerzo de los empleados, las metas se relacionan con el comportamiento, por eso las actitudes buscan llegar a las metas pasando por encima de cualquier problema o dificultad que pueda alejar al trabajador de llegar a cumplirla.

Asimismo, Pulkka y Niemvirta (2013), señala que: “La meta es esencial ya que es lo que desea alcanzar el individuo para su realización personal y esto dependerá de que tanto se esfuerza y concentra para llegar a esa meta ya que puede llegar al éxito o fracasar en el intento”.

Según Chiavenato (2014), definió que: Para llegar al cumplimiento de una meta se sostiene que la eficiencia y sobre todo el compromiso de los trabajadores es primordial en cualquier empresa ya que representa una ardua labor lo que conlleva a la satisfacción de los empleados pero no se puede dar sino existe relaciones con sus compañeros y la autoridad. (p.254).

Las compañías habitualmente no se encuentran enfocadas en el cumplimiento de metas en general de los trabajadores, sino más bien, en el cumplimiento específico que obtienen los colaboradores en su puesto de trabajo, es decir, las compañías evalúan el cumplimiento continuamente queriendo como resultado obtener aquellas falencias que son perjudiciales para la compañía.

Problema General ¿Cómo influye la motivación extrínseca en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019?
Problemas Específicos ¿Cómo influye el reconocimiento en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019? ¿Cómo influyen los incentivos en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019? ¿Cómo influyen las condiciones de trabajo en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019?

La investigación se llevó a cabo con la finalidad de tener conocimiento de que tan importante es la motivación extrínseca dentro de la organización y como esto puede

afectar en el clima organizacional en los colaboradores así como en el desempeño de tareas establecidas para el cumplimiento resultados positivos.

La investigación será fundamental y de suma importancia ya que servirá como base para las empresas que presentan problemas sobre motivación y no alcancen cumplimiento de sus metas y por ende no tengan muchos ingresos, las cuales serán beneficiadas ya que se les facilitará respuestas en base a una buena motivación extrínseca y desempeño, la sociedad se verá beneficiada ya que a mayor motivación mejor trato al cliente, disponibilidad y satisfacción que cumpla con sus necesidades y requerimientos.

La investigación se usará como una propuesta de mejoramiento para algunas empresas que quieran tomar como modelo para aumentar su motivación en sus trabajadores para que logren mayores resultados y lleguen a las metas establecidas.

La finalidad de este trabajo será ofrecer una solución a la motivación extrínseca en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019.

Esta investigación ayudará a las empresas interesadas en la motivación extrínseca y cumplimiento de metas para aumentar sus ventas, ya que cuenta con diversos temas y teorías sobre motivación.

La investigación aplicará el método descriptivo para saber si hay influencia entre las dos variables de estudio, con un diseño no experimental de corte transversal ya que no se maniobró ninguna de las dos variables ya que se construyó un instrumento de medida que fue realizado en tiempo y momento único.

Hipótesis General. La motivación extrínseca influye en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019. Hipótesis Específicas. El reconocimiento influye en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019 Los incentivos influyen en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019 Las condiciones de trabajo influyen en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019.

Objetivo General. Determinar la influencia de la motivación extrínseca en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019. Objetivos Específicos. Determinar la influencia del reconocimiento en el cumplimiento con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019. Determinar la influencia de los incentivos en el cumplimiento con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019. Determinar la influencia de las condiciones de trabajo en el cumplimiento con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019.

II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación

2.1.1 Enfoque: Cuantitativo

Al respecto Hernández, Fernández y Baptista (2014) Define que el enfoque cuantitativo es “secuencial y probatorio, utilizando la recolección de datos probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías. (p.37). Por lo que se enfoca en la búsqueda de información para que ayude a resolver las investigaciones.

2.1.2. Nivel: Explicativo – causal

Según Bernal (2010). La investigación es explicativa cuando se procesa y evalúa las causa y el efecto que trae consigo una variable en otra ya que analiza las conclusiones que se convertirán en leyes y teorías mediante una prueba de hipótesis. (p.115).

2.1.3. Diseño Metodológico: No experimental de corte transversal

Según Carrasco (2005) “El diseño transversal se usa para ejecutar investigaciones de relatos o circunstancias presentes en la realidad en un tiempo e instante definitivo” (p.72).

2.1.4. Tipo de Investigación: Aplicada

El tipo de investigación es aplicada porque busca dar respuestas a preguntas específicas ya establecidas con anterioridad. Naghi (2000) nos dice que la investigación aplicada “sirve para tomar acciones y establecer políticas y estrategias. [...] La característica básica de la investigación aplicada es el énfasis en resolver problemas.” (p.44)

2.1.5. Método de Investigación

El método de estudio es Hipotético deductivo. Según Bernal (2010), “Este método consiste en un proceso que considera plantear una serie de hipótesis o supuestos de estudio que se aceptaran o negaran mediante una experimentación por lo cual se llevara a cabo una serie de conclusiones que se deben de comprobarse con hechos. (p. 60).

2.2. Operacionalización de las variables

2.2.1 Variables

Variable independiente: Motivación Extrínseca

Según los autores León y Díaz (2013), plantean una definición sobre la motivación extrínseca: La motivación extrínseca es aquella inducida por medio de estímulos y premios de la tarea que un colaborador realiza para obtenerlos ya que se difunde por factores externos que son los reconocimiento por un logro, incentivos laborales y las condiciones de trabajo en las que desempeña el trabajador para así alcanzar las metas y objetivos establecidos lo que genera una mayor efectividad y mejores resultados.

Dimensión 1: Reconocimiento

Para Fischman (2014), El reconocimiento es apreciado como un incentivo externo ya que es extrínseco y no depende de la persona en este tema la motivación viene del efecto que se dan al realizar una determinada actividad y no por la actividad en sí misma. (p. 99).

Los indicadores son; Productividad, desarrollo personal, desempeño y ascenso de puesto de trabajo.

Dimensión 2: Incentivos

Para Chiavenato (2011), Los incentivos son los desembolsos de la empresa a sus empleados como las remuneraciones los logros los incentivos laborales premios y bonificaciones, seguridad en el puesto. (p. 71).

Los indicadores son; Remuneración y beneficios laborales.

Dimensión 3: Condiciones de trabajo

Bellón et al. (2011) Se comprende por condiciones de trabajo a los diferentes circunstancias que se da en el ambiente laboral ya que engloba todo el ambiente físico, las condiciones físicas , los equipos que facilitan el desempeño de los trabajadores para que pueda sentirse cómodo en donde trabaja y lograr un desempeño que favorezca a la empresa. (p.153).

Los indicadores son; Condiciones físicas, clima laboral, relación con la autoridad y relaciones sociales.

Variable dependiente: Metas

Según Reeve (2003), plantea una definición sobre meta: Las metas en toda empresa se deben de cumplir es por ello que dependen el esfuerzo de los empleados, las metas se relacionan con el comportamiento, por eso las actitudes buscan llegar a las metas pasando por encima de cualquier problema o dificultad que pueda alejar al trabajador de llegar a cumplirla.

Dimensión 1: Metas a corto plazo

Las metas a corto plazo se dan en los niveles inferiores de la empresa en el área operativa generalmente para lograr las metas y objetivos operacionales y resguardar los planes tácticos, son los instrumentos que utiliza el jefe en las tareas diarias o semanales, son fines elaborados por los jefes en un corto tiempo para alcanzar las metas en el área operativa. (Daft, 2005, p. 214).

Los indicadores son; Facturación, nivel de ventas y contratos.

Dimensión 2: Metas a mediano plazo

Según Daft (2005) manifiesta que “Ayudan a realizar los planes estratégicos más importantes y una aparte específica de la estrategia general. Suelen tener un horizonte temporal más cortos que los planes estratégicos, digamos un año aproximadamente” (p. 214).

Los indicadores son; Marketing, capacitación de personal y políticas administrativas.

Dimensión 3: Metas a largo plazo

Daft (2005) sostiene lo siguiente “Tiende a ser de largo plazo y a veces define los pasos con una proyección de dos a cinco años. Su finalidad es hacer realidad las metas en ese lapso” (p. 214)

Los indicadores son; Responsabilidad social, inversión en innovación, alianzas estratégicas y fortalecimiento de asociaciones.

2.2.2 Operacionalización de la variable

| Variable | Definición Conceptual | Definición operacional | Dimensiones | Indicadores | Ítems | Escala de medición |
|--|--|--|------------------------|------------------------------|-------|---|
| Variable Independiente: Motivación Extrínseca | Según los autores León y Díaz (2013), plantea una definición sobre la motivación extrínseca: Es aquella que es inducida por medio de estímulos y premios de la tarea que un colaborador realiza para obtenerlos, ya que se difunde por factores externos que son los reconocimientos por un logro, incentivos laborales y las condiciones de trabajo en las que se desempeña el trabajador, para así alcanzar las metas y objetivos establecidos lo que genera una mayor efectividad y mejores resultados. | La motivación extrínseca se medirá a través de un cuestionario de tipo Likert compuesto por preguntas para luego procesar los datos en el SPSS y determinar que dimensión influye más en la motivación extrínseca. | Reconocimiento | Productividad | 1 | Ordinal Se utilizará el cuestionario tipo Likert 1. Totalmente en desacuerdo. 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo. 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo |
| | | | | Desarrollo Personal | 2 | |
| | | | | Desempeño | 3 | |
| | | | | Ascenso de puesto de trabajo | 4 | |
| | | | Incentivos | Beneficios laborales | 5 | |
| | | | | Remuneración | 6 | |
| | | | | Condiciones físicas | 7 | |
| | | | Condiciones de trabajo | Clima laboral | 8 | |
| | | | | Relación con la autoridad | 9 | |
| | | | | Relaciones sociales | 10 | |
| Variable Dependiente : Metas | Para Reeve (2003), definió que: Las metas en toda empresa se deben de cumplir es por ello que dependen el esfuerzo de los empleados, las metas se relacionan con el comportamiento, por eso las actitudes buscan llegar a las metas pasando por encima de cualquier problema o dificultad que pueda alejar al trabajador de llegar a cumplirla. | Las metas se medirán a través de un cuestionario de tipo Likert compuesto por preguntas para luego procesar los datos en el SPSS y determinar que dimensión influye más en esta variable. | Metas a corto plazo | Facturación | 11 | |
| | | | | Nivel de ventas | 12 | |
| | | | Metas a mediano plazo | Contratos | 13 | |
| | | | | Marketing | 14 | |
| | | | | Capacitación de personal | 15 | |
| | | | Metas a largo plazo | Políticas Administrativas | 16 | |
| | | | | Trabajo en equipo | 17 | |
| | Inversión en innovación | 18 | | | | |
| | Alianzas estratégicas | 19 | | | | |
| | Fortalecimiento de asociaciones | 20 | | | | |

2.3. Población y muestra

2.3.1 Población

La población estuvo constituida por 100 colaboradores de Tiendas Peruanas S.A, por ser una población pequeña se trabajará con toda la población de estudio.

Bernal (2010) Es el total de todos los elementos de una investigación, ósea el conjunto de todos los componentes de un muestreo (p. 36).

2.3.2 Muestra: Censal

Según Perez (1997) nos dice que recolecta información de todos y cada uno de los elementos de la población.

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

2.4.1 Técnica: Encuesta

Al respecto, Bernal. (2010) Señala que “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).

2.4.2 Instrumentos de recolección de datos: Cuestionario

Según Hurtado, (2000), El cuestionario es una herramienta que junta un número de ítems para una investigación, suceso o un tema en general sobre el cual el estudioso quiere recibir información.

2.4.3 Validez: Método de juicio de experto

La validez constituye la oportunidad de que un método de indagación sea el mejor y más aceptable para contestar las preguntas elaboradas. La confiabilidad destina la capacidad de recoger los mismos datos en distintas circunstancias, hace mención las técnicas de instrumento de medida y observación es decir al nivel en que las contestaciones son autónomas de las situaciones esporádicas del estudio. (P.134).

Tabla 1: Juicio de Expertos

El instrumento fue validado por los docentes siguientes:

| N° | Nombres y Apellidos | Grado | Resultados |
|----|--------------------------------|--------|------------|
| 1 | VICTOR DEMETRIO DÁVILA ARENAZA | Doctor | Validado |
| 2 | IVAN ORLANDO TANTALEAN TAPIA | Doctor | Validado |
| 3 | MARIA DOLORES MARTINEZ ZAVALA | Doctor | Validado |

Fuente: Elaboración propia

2.4.4 Confiabilidad del instrumento

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) indican que “la confiabilidad de un instrumento de medición, se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados iguales”. (p.200).

Tabla 2: Criterios de Confiabilidad

| Rangos | Magnitud |
|--------------------|----------|
| 0,81 a 1,00 | Muy alta |
| 0,61 a 0,80 | Alta |
| 0,41 a 0,60 | Moderada |
| 0,21 a 0,40 | Baja |
| 0,01 a 0,20 | Muy baja |

Fuente: Ruiz, C. (2014, p.83).

La confiabilidad del instrumento se realizó con el estadístico de Alfa de Cronbach, ingresando los datos recolectados al estadístico SPSS, realizada a la muestra piloto, que corresponde a 10 encuestas con un total de 20 preguntas para determinar la confiabilidad del instrumento que fue reducida teniendo los resultados siguientes.

Tabla 3: Alfa de Cronbach

| Resumen de procesamiento de casos | | | |
|--|-----------------------|----|-------|
| | | N | % |
| Casos | Válido | 10 | 100,0 |
| | Excluido ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 10 | 100,0 |

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 4: Análisis de la Fiabilidad

| Estadísticas de fiabilidad | |
|-----------------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| ,958 | 20 |

Interpretación: Los resultados obtenidos en la confiabilidad del cuestionario sobre motivación extrínseca y metas que fue aplicado a 10 colaboradores, dio a conocer un valor de 0,958 para el alfa de cron Bach, lo que indica que tiene una elevada confiabilidad.

2.5. Procedimiento

1era etapa: Preparación del material para la encuesta.

2da etapa: Autorización de la empresa o de la organización para realizar la encuesta de la muestra correspondiente.

3era etapa: Ejecución de la encuesta.

2.6 Método de análisis de datos

2.6.1 Método descriptivo

. Pérez (2000) nos dice que el método descriptivo “describe, analiza, registra e interpreta las condiciones que se dan en una situación y momento determinado generalmente se suelen contrastar situaciones o hechos, pretendiendo encontrar relaciones causa – efecto entre variables existentes.” (p.91).

2.6.2 Método inferencial

Según Fernández, Hernández y Baptista, (2006), la estadística inferenciales aplica instrumentos y herramientas mediante procesos para analizar una determinada población de estudio teniendo como finalidad la obtención de datos para una muestra organizando deducciones y conclusiones sobre la población.

2.7 Aspectos éticos

Para el desarrollo de este proyecto de investigación se tomó en cuenta las actitudes y valores como la perseverancia, responsabilidad, sinceridad y esfuerzo así mismo la ética profesional, la cual no hace mejores personas, todos los resultados obtenidos fueron analizados de una forma confiable y verídica respetando las fuentes que proporcionaron información así como los autores.

III. RESULTADOS:

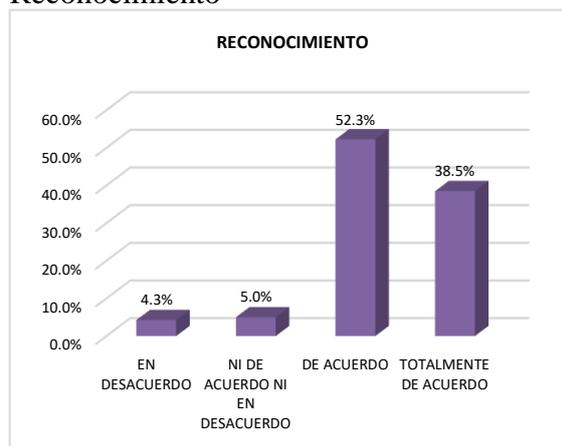
3.1.Descriptivo:

Tabla N°5 Estadístico de datos de la dimensión 1: Reconocimiento

| | | Respuestas | | Porcent aje de casos |
|---------------------------------|---|------------|----------------|----------------------------|
| | | N | Porcent aje | |
| RECONOCIMIE NTO ^a | EN DESACUER DO | 17 | 4.3% | 17.0% |
| | NI DE ACUERDO NI EN DESACUER DO | 20 | 5.0% | 20.0% |
| | DE ACUERDO | 20 | 52.3% | 209.0% |
| | TOTALME NTE DE ACUERDO | 15 | 38.5% | 154.0% |
| Total | | 40 | 100.0% | 400.0% |

a. Grupo

Figura N° 1 Respuesta de la dimensión 1: Reconocimiento



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los colaboradores de la Empresa Tiendas Peruanas S.A, se aprecia que el 52.3% de los colaboradores está de acuerdo con que existe un reconocimiento por parte de la empresa hacia ellos, por otra parte el 38.5% de los colaboradores manifestó que está totalmente de acuerdo que existe un reconocimiento por parte de la empresa hacia ellos, también el 5% de los colaboradores manifestó que no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo con que exista un reconocimiento por parte de la empresa y para finalizar un 4.3% se encuentra en desacuerdo con el reconocimiento que les brinda la empresa a los colaboradores.

Tabla N°6 Estadístico de datos de la dimensión 2: Incentivos

| | | Respuestas | | Porcentaje de casos |
|-------------------------|---|------------|------------|------------------------|
| | | N | Porcentaje | |
| INCENTIVOS ^a | EN DESACUERDO | 7 | 3.5% | 7.0% |
| | NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO | 13 | 6.5% | 13.0% |
| | DE ACUERDO | 128 | 64.0% | 128.0% |
| | TOTALMENTE DE ACUERDO | 52 | 26.0% | 52.0% |
| Total | | 200 | 100.0% | 200.0% |

a. Grupo

Figura N°2 Respuesta de la dimensión 2: Incentivos



Fuente: Elaboración propia.

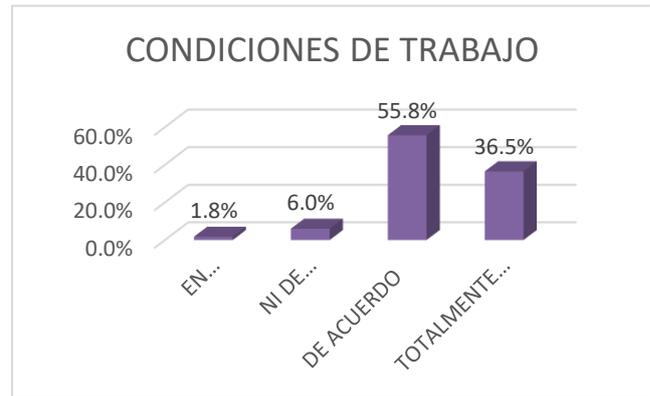
INTERPRETACIÓN: De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los colaboradores de la Empresa Tiendas Peruanas S.A, se aprecia que el 64.0% de los colaboradores está de acuerdo con que existen incentivos por parte de la empresa hacia ellos, por otra parte el 26.0% de los colaboradores manifestó que está totalmente de acuerdo que existen incentivos por parte de la empresa hacia ellos, también el 6.5% de los colaboradores manifestó que no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo con que existan incentivos por parte de la empresa y para finalizar un 3.5% se encuentra en desacuerdo con los incentivos que les brinda la empresa a los colaboradores.

Tabla N°7 Estadístico de datos de la dimensión 3: Condiciones de trabajo

| CONDICIONES DE TRABAJO ^a | Respuestas | Porcentaje de casos | |
|-------------------------------------|------------|---------------------|------------|
| | | N | Porcentaje |
| EN DESACUERDO | 7 | 1.8% | 7.0% |
| NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO | 24 | 6.0% | 24.0% |
| DE ACUERDO | 223 | 55.8% | 223.0% |
| TOTALMENTE DE ACUERDO | 146 | 36.5% | 146.0% |
| Total | 400 | 100.0% | 400.0% |

a. Grupo

Figura N°3 Respuesta de la dimensión 3: Condiciones de trabajo



Fuente: Elaboración propia.

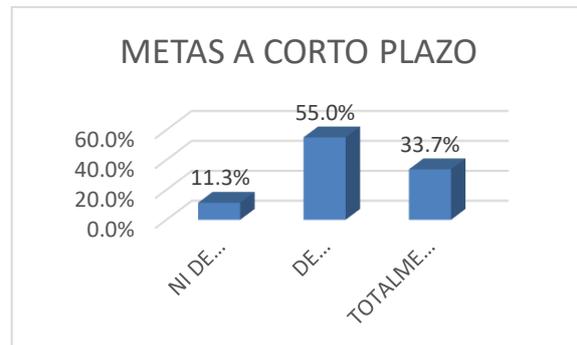
INTERPRETACIÓN: De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los colaboradores de la Empresa Tiendas Peruanas S.A, se aprecia que el 55.8% de los colaboradores está de acuerdo con que existan adecuadas condiciones de trabajo por parte de la empresa hacia ellos, por otra parte el 36.5% de los colaboradores manifestó que está totalmente de acuerdo que existan adecuadas condiciones de trabajo por parte de la empresa hacia ellos, también el 6% de los colaboradores manifestó que no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo con que existan adecuadas condiciones de trabajo por parte de la empresa y para finalizar un 1.8% se encuentra en desacuerdo con las condiciones de trabajo que les brinda la empresa a los colaboradores.

Tabla N°8 Estadístico de datos de la dimensión 1: Metas a corto plazo

| METAS A CORTO PLAZO ^a | Respuestas | Porcentaje de casos | |
|----------------------------------|------------|---------------------|------------|
| | | N | Porcentaje |
| NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO | 34 | 11.3% | 34.0% |
| DE ACUERDO | 165 | 55.0% | 165.0% |
| TOTALMENTE DE ACUERDO | 101 | 33.7% | 101.0% |
| Total | 300 | 100.0% | 300.0% |

a. Grupo

Figura N° 4 Respuesta de la dimensión 4: Metas a corto plazo



Fuente: Elaboración propia.

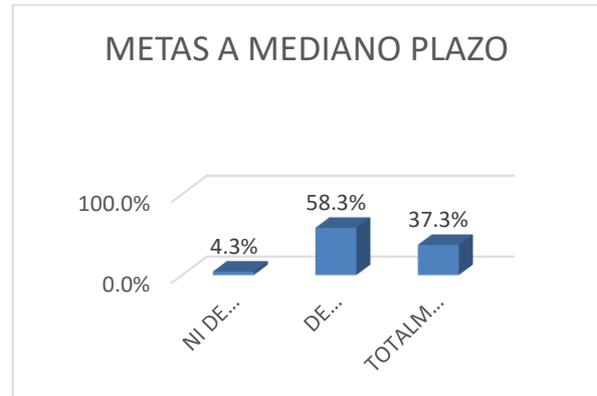
INTERPRETACIÓN: De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los colaboradores de la Empresa Tiendas Peruanas S.A, se aprecia que el 55.0% de los colaboradores está de acuerdo con el factor meta a corto plazo hacia la empresa, por otra parte el 33.7% de los colaboradores manifestó que está totalmente de acuerdo con el factor meta a corto plazo hacia la empresa y para finalizar el 11.3% de los colaboradores manifestó que no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo con el factor meta a corto plazo hacia la empresa por parte de los colaboradores.

Tabla N°9 Estadístico de datos de la dimensión 2: Metas a mediano plazo

| | | Respuestas | | Porcent aje de casos |
|--|---|------------|----------------|----------------------------|
| | | N | Porcent aje | |
| METAS_A_MEDIANO _PLAZO ^a | NI DE ACUERDO NI EN DESACUE RDO | 13 | 4.3% | 13.0% |
| | DE ACUERDO | 17 | 58.3% | 175.0% |
| | 5 | | | |
| | TOTALME NTE DE ACUERDO | 11 | 37.3% | 112.0% |
| | 2 | | | |
| Total | | 30 | 100.0% | 300.0% |
| | | 0 | | |

a. Grupo

Figura N° 5 Respuesta de la dimensión 5: Metas a mediano plazo



Fuente: Elaboración propia

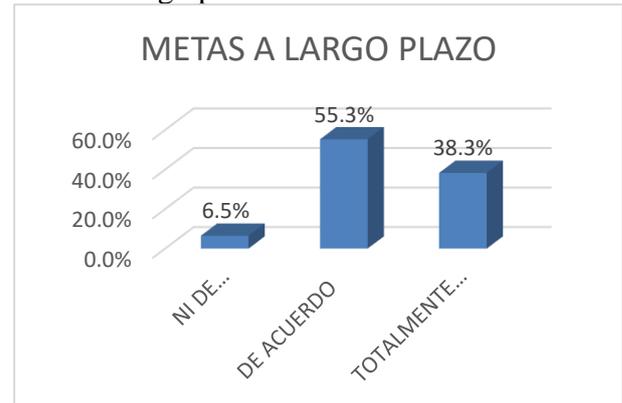
INTERPRETACIÓN: De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los colaboradores de la Empresa Tiendas Peruanas S.A, se aprecia que el 58.3% de los colaboradores está DE ACUERDO con el factor meta a mediano plazo hacia la empresa, por otra parte el 37.3% de los colaboradores manifestó que está TOTALMENTE DE ACUERDO con el factor meta a mediano plazo hacia la empresa y para finalizar el 4.3% de los colaboradores manifestó que no se encuentra NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO con el factor meta a mediano plazo hacia la empresa por parte de los colaboradores.

Tabla N°10 Estadístico de datos de la dimensión 3: Metas a largo plazo

| | | Respuestas | | Porcen taje de casos |
|--------------------------------------|--|------------|----------------|----------------------------|
| | | N | Porcen taje | |
| METAS_A_LARG O_PLAZO ^a | NI DE ACUERD O NI EN DESACU ERDO | 2 | 6.5% | 26.0% |
| | DE ACUERD | 2 | 55.3% | 221.0 % |
| | O | 1 | | |
| | TOTALM ENTE DE | 1 | 38.3% | 153.0 % |
| | ACUERD O | 3 | | |
| Total | | 4 | 100.0 | 400.0 % |
| | | 0 | % | % |
| | | 0 | | |

a. Grupo

Figura N° 6 Respuesta de la dimensión 6: Metas a largo plazo



Fuente: Elaboración propia.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los colaboradores de la Empresa Tiendas Peruanas S.A, se aprecia que el 55.3% de los colaboradores está DE ACUERDO con el factor meta a largo plazo hacia la empresa, por otra parte el 38.3% de los colaboradores manifestó que está TOTALMENTE DE ACUERDO con el factor meta a largo plazo hacia la empresa y para finalizar el 6.5% de los colaboradores manifestó que no se encuentra NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO con el factor meta a largo plazo hacia la empresa por parte de los colaboradores.

3.2 Análisis inferencial

3.2.1 Prueba de hipótesis general

Hipótesis general: La motivación extrínseca influye en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019

Ha: La Motivación extrínseca influye en el cumplimiento de las metas con la fuerza de ventas.

Ho: La Motivación extrínseca no influye en el cumplimiento de las metas con la fuerza de ventas.

Tabla N° 11 Escala de Coeficiente de Correlación:

| | | |
|-------|---|--|
| -0.90 | = | Correlación negativa muy fuerte. |
| -0.75 | = | Correlación negativa muy considerable. |
| -0.50 | = | Correlación negativa media. |
| -0.25 | = | Correlación negativa débil. |
| -0.10 | = | Correlación negativa muy débil. |
| 0.00 | = | No existe relación alguna entre las variables. |
| +0.10 | = | Correlación positiva muy débil |
| +0.25 | = | Correlación positiva débil. |
| +0.50 | = | Correlación positiva media. |
| +0.75 | = | Correlación positiva considerable. |
| +0.90 | = | Correlación positiva muy fuerte. |
| +1.00 | = | Correlación positiva perfecta. |

Fuente: Hernández, Fernández, y Bautista (2014, P.305).

Ho: $R = 0$; V1 no tiene relación con V2

H1: $R > 0$; V1 tiene relación con V2

Regla de decisión

- a) Sig. E < 0.05; Rechazar H0
- b) Sig. E > 0.05; Aceptar H0

Nivel de significancia:

α : ($0 < \alpha < 1$); donde $\alpha = 0.5$

Regla de decisión:

$p < \alpha$: Se rechaza H0 $p > \alpha$: se acepta H0

Valor significativo:

Sig = p

Tabla N°12 Escala de correlación de la variable motivación extrínseca y la variable metas

| | | CORRELACIONES | | |
|-----------------|-----------------------|-----------------------------|-------|--------|
| | | MOTIVACIÓN EXTRÍNSECA | METAS | |
| Rho de Spearman | MOTIVACIÓN EXTRÍNSECA | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,230** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,021 |
| | | N | 100 | 100 |
| | METAS | Coefficiente de correlación | ,230 | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,021 | . |
| | | N | 100 | 100 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación: En la Tabla N° 11 se observa que el coeficiente de acuerdo a la prueba de Rho de Spearman es 0.230 dicho valor según la Tabla 12 Escala de coeficiente de relación, de Hernández, Fernández, y Bautista (2014, P.305), se observa que el valor encontrado es de correlación positiva muy débil. Asimismo, la significancia encontrada es menor a la significancia asumida en la investigación, ($0.021 < 0.005$) por lo que según lo planteado en la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; por lo que se concluye que: Existe influencia de la motivación extrínseca en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas, Independencia, 2019.

Hipótesis específica 1: El reconocimiento influye en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019.

Ha: El reconocimiento influye en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas.

H0: El reconocimiento no influye en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas.

Tabla N°13 Escala de correlación de la dimensión reconocimiento y la variable metas

| | | Correlaciones | | |
|-----------------|-----------------|-----------------------------|--------|--------|
| | | RECONOCIMIENTOS | METAS | |
| Rho de Spearman | RECONOCIMIENTOS | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,169** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,092 |
| | | N | 100 | 100 |
| | METAS | Coefficiente de correlación | ,169** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,092 | . |
| | | N | 100 | 100 |

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

Interpretación: En la Tabla N° 11 se observa que el coeficiente de acuerdo a la prueba de Rho de Spearman es 0.169 dicho valor según la Tabla 13 Escala de coeficiente de relación, de Hernández, Fernández, y Bautista (2014, P.305), se observa que el valor encontrado es de correlación positiva muy débil. Asimismo, la significancia encontrada es menor a la significancia asumida en la investigación, ($0.092 > 0.005$) por lo que según lo planteado en la regla de decisión se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna; por lo que se concluye que: No existe influencia de los reconocimientos en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas, Independencia, 2019.

Hipótesis específica 2: Los incentivos influyen en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019.

Ha: Los incentivos influyen en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas.

H0: Los incentivos no influyen en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas.

Tabla N°14 Escala de correlación de la dimensión incentivos y la variable metas

| | | Correlaciones | | |
|-----------------|------------|-----------------------------|-------|-------|
| | | INCENTIVOS | METAS | |
| Rho de Spearman | INCENTIVOS | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,207 |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,039 |
| | | N | 100 | 100 |
| | METAS | Coefficiente de correlación | ,207 | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,039 | . |
| | | N | 100 | 100 |

Interpretación: En la Tabla N° 11 se observa que el coeficiente de acuerdo a la prueba de Rho de Spearman es 0.207 dicho valor según la Tabla 14 Escala de coeficiente de relación, de Hernández, Fernández, y Bautista (2014, P.305), se observa que el valor encontrado es de correlación positiva muy débil. Asimismo, la significancia encontrada es menor a la significancia asumida en la investigación, ($0.039 < 0.005$) por lo que según lo planteado en la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; por lo que se concluye que: Existe influencia de los incentivos en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas, Independencia, 2019.

Hipótesis específica 3: Las condiciones de trabajo influyen en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019.

Ha: Las condiciones de trabajo influyen en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas.

H0: Las condiciones de trabajo no influyen en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas.

Tabla N°15 Escala de correlación de la dimensión condiciones de trabajo y la variable metas

| Correlaciones | | | |
|---------------|-------------|----------------------------|-------|
| | | CONDICIONES DE TRABAJO | METAS |
| Rho de | CONDICIONES | Coeficiente de correlación | 1,000 |
| Spearman | DE TRABAJO | Sig. (bilateral) | ,002 |
| | | N | 100 |
| | | Coeficiente de correlación | ,303 |
| | METAS | Sig. (bilateral) | ,002 |
| | | N | 100 |

Interpretación: En la Tabla N° 11 se observa que el coeficiente de acuerdo a la prueba de Rho de Spearman es 0.303 dicho valor según la Tabla 15 Escala de coeficiente de relación, de Hernández, Fernández, y Bautista (2014, P.305), se observa que el valor encontrado es de correlación positiva débil. Asimismo, la significancia encontrada es menor a la significancia asumida en la investigación, ($0.002 < 0.005$) por lo que según lo planteado en la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; por lo que se concluye que: Existe influencia de las condiciones de trabajo en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas, Independencia, 2019.

IV. DISCUSIÓN:

4.1 El objetivo general de la investigación ha sido determinar la influencia de la motivación extrínseca en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019. De acuerdo a los resultados obtenidos y el análisis descriptivo e inferencial se ha determinado que existe influencia de la motivación extrínseca en el cumplimiento de metas.

Dichos resultados son coherentes con la teoría de los dos factores de Herzberg, que menciona que los factores extrínsecos, como son: remuneraciones, condiciones del trabajo, incentivos, etc. son factores que permiten un mejor cumplimiento de las metas en los colaboradores. Asimismo, también existe coherencia con los resultados de las investigaciones científicas siguientes: Del Carmen A. (2003) en su artículo científico *“Motivación laboral en un servicio de urgencias hospitalario”* en la Universidad de las Américas en Quito. Concluye que el reconocimiento de logros, la mejora salarial y las condiciones de trabajo son pilares fundamentales de incentivos para mejorar el rendimiento de las personas; Delgado (2012) en su trabajo de tesis de maestría *“La Motivación Laboral y su Incidencia en el Desempeño laboral: un estudio de caso”* en la Universidad Central de Venezuela concluye que la motivación influye significativamente en el desempeño laboral ya que al mayor desempeño se consiguen mayores resultados y se llega al cumplimiento de metas; Lauro (2017) en su tesis *“Motivación Laboral en los colaboradores del área de A y B en Thunderbird Salsa´s, del distrito de Miraflores”*, para obtener el título de licenciada en turismo y hotelería en la Universidad Cesar Vallejo en Perú. Concluye que un 66% se siente motivado por la empresa por lo tanto puede asegurarse que los factores motivacionales generan más ganancias y mejores situaciones de oportunidades dentro y fuera de la empresa.

4.2 Objetivo específico 1 ha sido determinar la influencia del reconocimiento en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019. De acuerdo a los resultados obtenidos y el análisis descriptivo e inferencial se ha determinado que no existe influencia en los reconocimientos con el cumplimiento de metas.

Dichos resultados son coherentes con la teoría de los dos factores de Herzberg, que menciona que los factores extrínsecos, como son: remuneraciones, condiciones del trabajo, incentivos, etc. son factores que permiten un mejor cumplimiento de las metas en los colaboradores. Asimismo, también existe coherencia con los resultados de las

investigaciones científicas siguientes: Wilson C. y Alejandro G. (2017) en su artículo científico. Motivación en 3 escuelas de medicina de Ecuador “en la Universidad de las Américas en Quito. Concluye que es necesario ahondar en el tema de la motivación de los estudiantes porque todo esto repercute en su aprendizaje y desarrollo lo que mejora su rendimiento escolar; Sum (2015) en su tesis “*Motivación y su desempeño laboral en la Empresa de la zona 1, Quetzaltenango*” para obtener el grado de licenciado en psicología industrial en la Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Se concluyó, que ambas variables de estudio se relacionan positivamente ya que la motivación repercute en el desempeño laboral y en rendimiento; Sánchez (2017) en su tesis “*La Motivación Extrínseca Y Su Influencia En El Desempeño De Los Pilotos De La Empresa Lima Bus, Lima*” para obtener el grado de licenciada en administración en la facultad de ciencias empresariales en la Universidad Cesar Vallejo en Perú. Se concluyó que se determinó que la motivación extrínseca influye significativamente en el desempeño de los pilotos de la empresa Lima Bus.

4.3 Objetivo específico 2 ha sido determinar la influencia de los incentivos en cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019. De acuerdo a los resultados obtenidos y el análisis descriptivo e inferencial se ha determinado que existe influencia de los incentivos con el cumplimiento de metas.

Dichos resultados son coherentes con la teoría de los dos factores de Herzberg, que menciona que los factores extrínsecos, como son: remuneraciones, condiciones del trabajo, incentivos, etc. son factores que permiten un mejor cumplimiento de las metas en los colaboradores. Asimismo, también existe coherencia con los resultados de las investigaciones científicas siguientes: Muñoz, A. y Ramírez, M. (2014) “La motivación de los empleados: más allá de la zanahoria y el garrote” Editorial: Universidad del centro de idiomas EAFIT, Medellín, Colombia. Concluye que la empresa debe implementar diversas estrategias ya que motivar a un trabajador lo hace más competente y se pueda desarrollar de la mejor forma para propiciar su crecimiento laboral, asimismo es fundamental decir que todos estos aspectos repercuten en los resultados de la organización; Olvera (2015), en su tesis de grado titulado “*Estudio de la Motivación y su influencia en el desempeño laboral de los empleados administrativos del área comercial de la constructora Furoiani Obras y Proyectos*”, para obtener el título de Psicología Industrial en la Universidad de Guayaquil.

Se concluyó que se comprueba una vez más la relación de la motivación con el desempeño, donde si la variable principal es afectada (motivación), puede repercutir en la otra (desempeño laboral), al igual que por el aporte teórico de la variable motivación; Velásquez (2014) en su tesis *“La Motivación Extrínseca Y Su Relación Con El Rendimiento Académico en el Idioma Inglés En Los Estudiantes De Nivel Secundaria Turno Tarde De La Institución Educativa Emblemática Elvira García Y García Pueblo Libre, Lima”*. En conclusión, la motivación extrínseca se relaciona significativamente con el rendimiento ya que el nivel de correlación es de 0.889 lo que indica que es fuerte y positiva. En conclusión, la motivación extrínseca se relaciona significativamente con el rendimiento ya que el nivel de correlación es de 0.889 lo que indica que es fuerte y positiva.

4.4 Objetivo específico 3 ha sido determinar la influencia de las condiciones de trabajo en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019. De acuerdo a los resultados obtenidos y el análisis descriptivo e inferencial se ha determinado que existe influencia de las condiciones de trabajo con el cumplimiento de metas.

Dichos resultados son coherentes con la teoría de los dos factores de Herzberg, que menciona que los factores extrínsecos, como son: remuneraciones, condiciones del trabajo, incentivos, etc. son factores que permiten un mejor cumplimiento de las metas en los colaboradores. Asimismo, también existe coherencia con los resultados de las investigaciones científicas siguientes: Salmerón, Gutiérrez, Salmerón y Rodríguez (2011) en su artículo *“Metas de logro, estrategias de regulación y rendimiento académico en diferentes estudios universitarios”* en la asociación interuniversitaria de investigación pedagógica Murcia en España. Para concluir se puede argumentar que este artículo ayudo a conocer como se relacionan las metas con el desempeño de los estudiantes y para conocer si existen metas que se puedan alcanzar mediante un rendimiento positivo no solo con una motivación constante sino con comportamientos que ayuden a realizarlas; Martínez (2016), en su tesis de título *“La Motivación y el Desempeño Laboral de la empresa Celsius Ecuador del cantón Quito, Provincia de Pichincha”*, para la obtención del título de Psicología Industrial en la Universidad de Ambato. Esta investigación fue considerada por la confirmación del investigador, en que el trato y el salario no debe ser el mismo para cada trabajador, debe de variar según su desempeño, el cual es importante ya que es considerado como factor motivador de nivel primario que ayuda a cubrir otras necesidades; Carhuachin

(2016) en su tesis “*Motivación laboral de la fuerza de ventas de la Empresa AC Distribuidores EIRL, Santa Anita –Lima*” para obtener el título de Licenciado en administración en la Universidad Cesar Vallejo en Lima, Perú. En conclusión, se determinó que las características esfuerzo, desempeño, recompensa y metas de la fuerza de ventas de la empresa AC Distribuidores EIRL, que los trabajos que se realizan la fuerza de venta son rutinarios todos los días, por esta razón muchos de ellos se sienten desmotivados.

4.5 Hipótesis general ha sido que la motivación extrínseca influye en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019. De acuerdo a los resultados del análisis inferencial y las pruebas de hipótesis. En la Tabla N° 11 se observa que el coeficiente de acuerdo a la prueba de Rho de Spearman es 0.230 dicho valor según la Tabla 12 Escala de coeficiente de relación, de Hernández, Fernández, y Bautista (2014, P.305), se observa que el valor encontrando es de correlación positiva muy débil. Asimismo, la significancia encontrada es menor a la significancia asumida en la investigación, ($0.021 < 0.005$) por lo que según lo planteado en la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; por lo que se concluye que: Existe influencia de la motivación extrínseca en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas, Independencia, 2019.

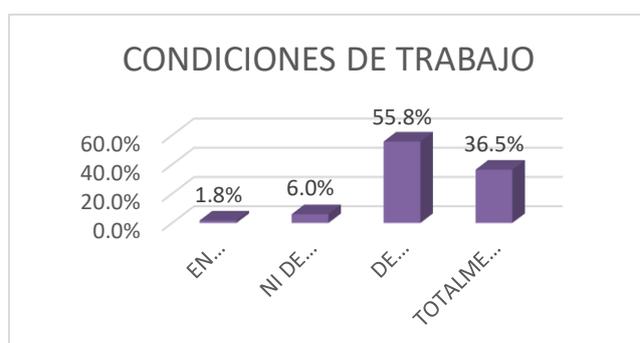
4.6 Hipótesis específica 1 ha sido que los reconocimientos influyen en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019. De acuerdo a los resultados del análisis inferencial y las pruebas de hipótesis. En la Tabla N° 11 se observa que el coeficiente de acuerdo a la prueba de Rho de Spearman es 0.169 dicho valor según la Tabla 13 Escala de coeficiente de relación, de Hernández, Fernández, y Bautista (2014, P.305), se observa que el valor encontrando es de correlación positiva muy débil. Asimismo la significancia encontrada es menor a la significancia asumida en la investigación, ($0.092 > 0.005$) por lo que según lo planteado en la regla de decisión se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna; por lo que se concluye que: No existe influencia de los reconocimientos en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas, Independencia, 2019.

4.7 Hipótesis específica 2 ha sido que los incentivos influyen en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019. De acuerdo a los

resultados del análisis inferencial y las pruebas de hipótesis. En la Tabla N° 11 se observa que el coeficiente de acuerdo a la prueba de Rho de Spearman es 0.207 dicho valor según la Tabla 14 Escala de coeficiente de relación, de Hernández, Fernández, y Bautista (2014, P.305), se observa que el valor encontrado es de correlación positiva muy débil. Asimismo la significancia encontrada es menor a la significancia asumida en la investigación, ($0.039 < 0.005$) por lo que según lo planteado en la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; por lo que se concluye que: Existe influencia de los incentivos en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas, Independencia, 2019.

4.8 Hipótesis específica 3 ha sido que las condiciones de trabajo influyen en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019. En la Tabla N° 11 se observa que el coeficiente de acuerdo a la prueba de Rho de Spearman es 0.303 dicho valor según la Tabla 15. Escala de coeficiente de relación, de Hernández, Fernández, y Bautista (2014, P.305), se observa que el valor encontrado es de correlación positiva débil. Asimismo la significancia encontrada es menor a la significancia asumida en la investigación, ($0.002 < 0.005$) por lo que según lo planteado en la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; por lo que se concluye que: Existe influencia de los incentivos en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas, Independencia, 2019.

4.9 De acuerdo al análisis descriptivo se resaltan los resultados referidos a las condiciones de trabajo en el mismo que se puede apreciar en el gráfico e interpretación que se menciona a continuación:



INTERPRETACIÓN: De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los colaboradores de la Empresa Tiendas Peruanas S.A, se aprecia que el 55.8% de los

colaboradores está de acuerdo con que existan adecuadas condiciones de trabajo por parte de la empresa hacia ellos, por otra parte el 36.5% de los colaboradores manifestó que está totalmente de acuerdo que existan adecuadas condiciones de trabajo por parte de la empresa hacia ellos, también el 6% de los colaboradores manifestó que no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo con que existan adecuadas condiciones de trabajo por parte de la empresa y para finalizar un 1.8% se encuentra en desacuerdo con las condiciones de trabajo que les brinda la empresa a los colaboradores.

V. Conclusiones

5.1 Se ha determinado que existe influencia de la motivación extrínseca en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas.

5.2 Se ha determinado que no existe influencia del reconocimiento en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas.

5.3 Se ha determinado que existe influencia de los incentivos en el cumplimiento de metas de con la fuerza de ventas.

5.4 Se ha determinado que existe influencia de las condiciones de trabajo en el cumplimiento de metas de con la fuerza de ventas.

VI. Recomendaciones

6.1 Establecer remuneraciones competitivas y reconocimientos, así como implementar ambientes de trabajo con equipos e instrumentos idóneos para todos los colaboradores de la empresa contexto de estudio y otras de característica similar.

6.2 Implementar programas de reconocimiento de forma mensual y anual, cómo son: El mejor trabajador del mes, el mejor trabajador del año, por su identificación con la empresa, viajes pagados, etc.

6.3 Se sugiere a la empresa Tiendas Peruanas S.A de Independencia, que se debe reunir a todo su equipo de venta (colaboradores), para poder identificar el grado de motivación de cada uno de ellos ya sea las respuestas positivas o negativas; de tal manera identificar el grado de influencia de la motivación dentro de su centro de trabajo.

6.4 Sugiero a la empresa Tiendas Peruanas S.A de Independencia, mediante la gerencia general continúe con esta cultura organizacional del reconocimiento grupal e individual a sus trabajadores, por lo que este hecho ayudará al cumplimiento de sus metas establecidas.

Referencias

- Bellón, T. (2011). *Horarios y sociedad: Una visión multidisciplinar*. España: Dykinson.
- Carhuachin, (2016). *Motivación laboral de la fuerza de ventas de la Empresa AC Distribuidores EIRL, Santa Anita –Lima*. (tesis para obtener el título profesional de Licenciado en administración). Lima, Perú: Universidad Cesar Vallejo.
- Carrillo, D. y Martínez, M. (2016). *La Motivación y el Desempeño Laboral de la empresa Celsius Ecuador del cantón Quito, Provincia de Pichincha*. (tesis para la obtención del título profesional de Psicología Industrial). Ambato, Ecuador: Universidad de Ambato.
- Chiavenato, I. (2009). *Administración de Recursos Humanos*. NY, USA: Mc.GrawHill.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humanos: El capital humano de las organizaciones*. (9na ed.). USA: McGRAW-HILL.
- Chiavenato, I. (2012). *Cultura Organizacional*. Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación.
- Chiavenato, I. (2015). *Comportamiento organizacional: La dinámica del éxito en las organizaciones*. (3^a.ed.). México: Editores S.A.de C.V.
- Chicaiza, W y Cragno, A. (2017). *Motivación en 3 escuelas de medicina de Ecuador*. (artículo científico publicado en “Educación médica”). Quito, Ecuador: El servier.
- Correa, L. (2013). *Evaluación de un programa de capacitación profesional de una institución de educación superior de Puerto Rico*. Florida, USA: Nova Southeastern University.
- Del Carmen, A. (2003). *Motivación laboral en un servicio de urgencias hospitalario*. (artículo científico publicado en “Educación médica”). Quito, Ecuador: El servier.
- Delgado, V. (2012). *La Motivación Laboral y su Incidencia en el Desempeño laboral: un estudio de caso*. (tesis para obtener el título profesional de Licenciado en administración). Caracas, Venezuela: Universidad Central.
- Duane, R. (2007). *Administración estratégica*. (7^a edición) . Massachusetts, USA: CengageLearning;

- Fischman, D. (2014). *Motivación 360°*. Perú: Planeta Perú S.A.
- Henríquez, P. (2014). *La motivación y desempeño laboral de los empleados del Instituto de la visión en México*. (tesis para obtener el título profesional de Licenciado en administración). Nuevo León, México: Universidad de Montemorelos
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Kotler, P., Armstrong, G., Cámara, D. y Cruz, I. (2004). *Marketing*. (10a Ed) .España: Pearson Prentice Hall.
- Lauro, M. (2017). *Motivación Laboral en los colaboradores del área de A y B en Thunderbird Salsa´s, del distrito de Miraflores, en el 2017*. (tesis para obtener el título profesional de licenciada en turismo y hotelería). Lima, Perú: Universidad Cesar Vallejo.
- León, M. y Díaz, E. (2013). *Recursos humanos y dirección de equipos en restauración*. España: Paraninfo S.A.
- Martínez, M. (2016). *La Motivación y el Desempeño Laboral de la empresa Celsius Ecuador del cantón Quito, Provincia de Pichincha*. (tesis para obtener el título profesional de Licenciado en psicología). Quito, Ecuador: Universidad de Ambato.
- Molina, H. (2000). *Establecimiento de metas, comportamiento y desempeño*. (artículo científico publicado en “scielo”). Cali, Colombia: Universidad del valle.
- Muñoz, A. y Ramírez, M. (2014). *La motivación de los empleados: más allá de la zanahoria y el garrote*. (artículo científico publicado en “cuéntELE”). Medellín, Colombia: Idiomas EAFIT.
- Olvera, Y. (2015). *Estudio de la Motivación y su influencia en el desempeño laboral de los empleados administrativos del área comercial de la constructora Furoiani Obras y Proyectos*. (tesis para obtener el título de Psicología Industrial). Guayaquil, Ecuador: Universidad de Guayaquil.
- Perez, R. (1997). *Nociones básicas de estadística*. España: Universas de Oviedo.

- Puma, E. (2015). *La Motivación Y Su Relación Con El Compromiso Organizacional Del Personal Del Área De Ventas De La Empresa Campo Fe, Distrito De San Borja*, 2015. (tesis para obtener el grado de licenciada en administración). Lima, Perú: Universidad Cesar Vallejo.
- Reeve, J. (2003). *Motivación y emoción* (3era ed.). USA: McGraw-Hill Interamericana
- Reeve, J. (2010). *Motivación y emoción*. USA: Mc Graw –Hill
- Robbins, S. (2009). *Comportamiento organizacional teoría y práctica*.
- Rusque, M. (2003). *Teoría de validez*.
- Salmerón, H., Gutiérrez, C., Salmerón, P. y Rodríguez S. (2011). *Metas de logro, estrategias de regulación y rendimiento académico en diferentes estudios universitarios*. (artículo científico publicado en “RIE”). Madrid, España: Instituto de Ciencias Materiales de Madrid.
- Sampieri, (2014). *Metodología de la investigación*. (6ª ed.). USA: McGraw-Hill.
- Sánchez, M. (2017). *La Motivación Extrínseca Y Su Influencia En El Desempeño De Los Pilotos De La Empresa Lima Bus, Lima*. (tesis para obtener el grado de licenciada en administración). Lima, Perú: Universidad Cesar Vallejo.
- Sum (2015). *Motivación y su desempeño laboral en la Empresa de la zona I, Quetzaltenango*. (tesis para obtener el grado profesional de licenciado en psicología industrial). Ciudad de Guatemala, Guatemala: Universidad Rafael Landívar.
- Velásquez, C. (2014). *La Motivación Extrínseca Y Su Relación Con El Rendimiento Académico en el Idioma Inglés En Los Estudiantes De Nivel Secundaria Turno Tarde De La Institución Educativa Emblemática Elvira García Y García Pueblo Libre, Lima*. (Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Administración). Lima, Perú: Universidad Nacional de educación Enrique Guzmán y Valle.

ANEXO A

CUESTIONARIO PARA ENCUESTAR A LOS COLABORADORES DE TIENDAS PERUANAS S.A Instrumento de Medición

Mis saludos cordiales Sr. Colaborador, el presente cuestionario servirá para elaborar una tesis acerca de “MOTIVACIÓN EXTRÍNSECA EN EL CUMPLIMIENTO DE METAS CON LA FUERZA DE VENTAS DE TIENDAS PERUANAS S.A – INDEPENDENCIA, 2019”.

Quisiera pedirle en forma muy especial su colaboración para que conteste las preguntas, que no le llevarán mucho tiempo; cabe precisar que sus respuestas serán confidenciales. Las opiniones de todos los encuestados serán el sustento de la tesis para optar el Título de Licenciado en administración, pero nunca se comunicarán datos individuales.

Le pido que conteste con la mayor claridad posible respecto al tema, cabe precisar que no hay respuesta correcta ni incorrecta. Muchas gracias por su colaboración.

| VARIABLES, DIMENSIONES E ITEMS | 1 Totalmente en desacuerdo | 2 En desacuerdo | 3 Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo | 4 De acuerdo | 5 Totalmen te de acuerdo |
|--|----------------------------------|-----------------------|--|--------------------|-----------------------------------|
| VARIABLE I: Motivación Extrínseca | | | | | |
| Dimensión: Reconocimiento | | | | | |
| 01.- ¿Considera usted que en la empresa motiva a colaboradores para superar las metas establecidas? | | | | | |
| 02.- ¿La empresa promueve su satisfacción personal en el cumplimiento de sus labores? | | | | | |
| 03.- ¿Considera usted que en los colaboradores tienen la posibilidad de realizar su trabajo correctamente? | | | | | |
| 04.- ¿Piensa usted que en la empresa se promueve el ascenso a los colaboradores destacados? | | | | | |
| Dimensión: Incentivos | | | | | |
| 05.- ¿Opina usted que la remuneración que percibe cumple sus expectativas? | | | | | |
| 06.- ¿Considera usted que los beneficios que otorga la empresa son atractivos? | | | | | |
| Dimensión: Condiciones de Trabajo | | | | | |
| 07.- ¿Piensa usted que su lugar de trabajo es satisfactorio? | | | | | |
| 08.- ¿Considera usted que el ambiente laboral en su empresa es buena? | | | | | |
| 09.- ¿La relación con sus jefes en la empresa es positiva? | | | | | |
| 10.- ¿Existe una interacción positiva con sus compañeros de trabajo? | | | | | |
| VARIABLE II: Metas | | | | | |
| Dimensión: Metas a Corto Plazo | | | | | |

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| 11.- ¿La facturación cumple con los objetivos y metas de la empresa? | | | | | |
| 12.- ¿Considera usted que la empresa incrementa sus ventas en forma continua? | | | | | |
| 13.- ¿Considera usted que los contratos de personal son de acuerdo a un proceso técnico de selección? | | | | | |
| Dimensión: Metas a Mediano Plazo | | | | | |
| 14.- ¿Cree usted que la publicidad que desarrolla la empresa es atractiva? | | | | | |
| 15.- ¿La empresa tiene planeación al realizar capacitación a todos sus colaboradores? | | | | | |
| 16.- ¿Cumple usted su trabajo de acuerdo a las metas establecidas por la empresa? | | | | | |
| Dimensión: Metas a Largo Plazo | | | | | |
| 17.- ¿La empresa desarrolla actividades en beneficios de la comunidad? | | | | | |
| 18.- ¿La empresa tiene proyectos que permiten invertir e innovar? | | | | | |
| 19.- ¿La empresa fomenta convenios con las empresas afines para ofrecer incentivos? | | | | | |
| 20.- ¿La empresa tiene convenios con la comunidad y autoridades del distrito? | | | | | |

Fuente: El investigador.

ANEXO B

| MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS | | | | | | | |
|--|------------------------|---------------------------------|---|---|--|-----------|----------------------------|
| Título de la investigación: "MOTIVACIÓN EXTRÍNSECA EN EL CUMPLIMIENTO DE METAS CON LA FUERZA DE VENTAS DE TIENDAS PERUANAS S.A, INDEPENDENCIA, 2019" | | | | | | | |
| Apellidos y nombres del investigador: Freddy Antonio Delgado Sotelo | | | | | | | |
| Apellidos y nombres del experto: Dr. <i>Delgado Caspides, Carlos Alberto</i> | | | | | | | |
| ASPECTO POR EVALUAR | | | | | OPINIÓN DEL EXPERTO | | |
| VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | ITEM /PREGUNTA | ESCALA | SI CUMPLE | NO CUMPLE | OBSERACIONES / SUGERENCIAS |
| MOTIVACIÓN EXTRÍNSECA | RECONOCIMIENTO | PRODUCTIVIDAD | ¿Considera usted que en la empresa motiva a colaboradores para superar las metas establecidas? | 1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo | ✓ | | |
| | | DESARROLLO PERSONAL | ¿La empresa promueve su satisfacción personal en el cumplimiento de sus labores? | | ✓ | | |
| | | DESEMPEÑO | ¿Considera usted que en los colaboradores tienen la posibilidad de realizar su trabajo correctamente? | | ✓ | | |
| | | ASCENSO DE PUESTO DE TRABAJO | ¿Piensa usted que en la empresa se promueve el ascenso a los colaboradores destacados? | | ✓ | | |
| | INCENTIVOS | BENEFICIOS LABORALES | ¿Opina usted que la remuneración que percibe cumple sus expectativas? | | ✓ | | |
| | | REMUNERACIÓN | ¿Considera usted que los beneficios que otorga la empresa son atractivos? | | ✓ | | |
| | | CONDICIONES FÍSICAS | ¿Piensa usted que su lugar de trabajo es satisfactorio? | | ✓ | | |
| | CONDICIONES DE TRABAJO | CLIMA LABORAL | ¿Considera usted que el ambiente laboral en su empresa es buena? | | ✓ | | |
| | | RELACIÓN CON LA AUTORIDAD | ¿La relación con sus jefes en la empresa es positiva? | | ✓ | | |
| | | RELACIONES SOCIALES | ¿Existe una interacción positiva con sus compañeros de trabajo? | | ✓ | | |
| | | FACTURACIÓN | ¿La facturación cumple con los objetivos y metas de la empresa? | | ✓ | | |
| | METAS | METAS A CORTO PLAZO | NIVEL DE VENTAS | | ¿Considera usted que la empresa incrementa sus ventas en forma continua? | ✓ | |
| CONTRATOS | | | ¿Considera usted que los contratos de personal son de acuerdo a un proceso técnico de selección? | ✓ | | | |
| MARKETING | | | ¿Cree usted que la publicidad que desarrolla la empresa es atractiva? | ✓ | | | |
| METAS A MEDIANO PLAZO | | CAPACITACIÓN DE PERSONAL | ¿La empresa tiene planeación al realizar capacitación a todos sus colaboradores? | ✓ | | | |
| | | POLÍTICAS ADMINISTRATIVAS | ¿Cumple usted su trabajo de acuerdo a las metas establecidas por la empresa? | ✓ | | | |
| METAS A LARGO PLAZO | | TRABAJO EN EQUIPO | ¿La empresa desarrolla actividades en beneficios de la comunidad? | ✓ | | | |
| | | INVERSIÓN EN INNOVACIÓN | ¿La empresa tiene proyectos que permiten invertir e innovar? | ✓ | | | |
| | | ALIANZAS ESTRATÉGICAS | ¿La empresa fomenta convenios con las empresas afines para ofrecer incentivos? | ✓ | | | |
| | | FORTALECIMIENTO DE ASOCIACIONES | ¿La empresa tiene convenios con la comunidad y autoridades del distrito? | ✓ | | | |
| | | | | | | | |
| Firma del experto <i>[Firma]</i> | | | Fecha / / _ | | | | |

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

| Título de la investigación: "MOTIVACIÓN EXTRÍNSECA EN EL CUMPLIMIENTO DE METAS CON LA FUERZA DE VENTAS DE LA TIENDA POR DEPARTAMENTO OECHSLE, INDEPENDENCIA, 2019" | | | | | | | | |
|--|------------------------|---------------------------------|--|---|--|-------------------------------------|-----------------------------|--|
| Apellidos y nombres del investigador: Freddy Antonio Delgado Sotelo | | | | | | | | |
| Apellidos y nombres del experto: Dr. <i>Ismael Orlando Santaluz Tapia</i> | | | | | | | | |
| ASPECTO POR EVALUAR | | | | | OPINIÓN DEL EXPERTO | | | |
| VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | ITEM /PREGUNTA | ESCALA | SI CUMPLE | NO CUMPLE | OBSEERACIONES / SUGERENCIAS | |
| MOTIVACIÓN EXTRÍNSECA | RECONOCIMIENTO | PRODUCTIVIDAD | ¿Considera usted que en la empresa motiva a colaboradores para superar las metas establecidas? | 1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo | <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| | | DESARROLLO PERSONAL | ¿La empresa promueve su satisfacción personal en el cumplimiento de sus labores? | | <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| | | DESEMPEÑO | ¿Cree usted que los colaboradores tienen la posibilidad de realizar su trabajo correctamente? | | <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| | | ASCENSO DE PUESTO DE TRABAJO | ¿Piensa usted que en la empresa promueve el ascenso a los colaboradores destacados? | | <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| | INCENTIVOS | BENEFICIOS LABORALES | ¿Opina usted que la remuneración que percibe cumple sus expectativas? | | <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| | | REMUNERACIÓN | ¿Considera usted que los beneficios que otorga la empresa son atractivos? | | <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| | CONDICIONES DE TRABAJO | CONDICIONES FÍSICAS | ¿Piensa usted que su lugar de trabajo es satisfactorio? | | <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| | | CLIMA LABORAL | ¿Considera usted que el ambiente laboral en su empresa es buena? | | <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| | | RELACIÓN CON LA AUTORIDAD | ¿La relación con sus jefes en la empresa es positiva? | | <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| | | RELACIONES SOCIALES | ¿Existe una interacción positiva con sus compañeros de trabajo? | | <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| | METAS | METAS A CORTO PLAZO | FACTURACIÓN | | ¿La facturación cumple con los objetivos y metas de la empresa? | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | | | NIVEL DE VENTAS | | ¿Considera usted que la empresa incrementa sus ventas en forma continua? | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| CONTRATOS | | | ¿Qué opina usted que los contratos de personal son de acuerdo a un proceso técnico de selección? | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | |
| METAS A MEDIANO PLAZO | | MARKETING | ¿Cree usted que la publicidad que desarrolla la empresa es atractiva? | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | |
| | | CAPACITACIÓN DE PERSONAL | ¿La empresa tiene planeación al realizar capacitación a todos sus trabajadores? | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | |
| | | POLÍTICAS ADMINISTRATIVAS | ¿Cumple usted su trabajo de acuerdo a las metas establecidas por la empresa? | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | |
| METAS A LARGO PLAZO | | TRABAJO EN EQUIPO | ¿La empresa desarrolla actividades en beneficios de la comunidad? | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | |
| | | INVERSIÓN EN INNOVACIÓN | ¿La empresa tiene proyectos que permiten invertir e innovar? | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | |
| | | ALIANZAS ESTRATÉGICAS | ¿La empresa fomenta convenios con las empresas afines para ofrecer incentivos? | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | |
| | | FORTALECIMIENTO DE ASOCIACIONES | ¿La empresa tiene convenios con la comunidad y autoridades del distrito? | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | |
| Firma del experto | | | Fecha: <i>20/11/19</i> | | | | | |

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables

MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE OBTENCION DE DATOS

| Título de la investigación: "MOTIVACIÓN EXTRÍNSECA EN EL CUMPLIMIENTO DE METAS CON LA FUERZA DE VENTAS DE TIENDAS PERUANAS S.A, INDEPENDENCIA, 2019" | | | | | | | | |
|--|------------------------|---------------------------------|---|---|--|-----------|----------------------------|--|
| Apellidos y nombres del investigador: Freddy Antonio Delgado Sotelo | | | | | | | | |
| Apellidos y nombres del experto: Dr. Pedro Castilla Castillo | | | | | | | | |
| ASPECTO POR EVALUAR | | | | | OPINIÓN DEL EXPERTO | | | |
| VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | ITEM /PREGUNTA | ESCALA | SI CUMPLE | NO CUMPLE | OBSERACIONES / SUGERENCIAS | |
| MOTIVACIÓN EXTRÍNSECA | RECONOCIMIENTO | PRODUCTIVIDAD | ¿Considera usted que en la empresa motiva a colaboradores para superar las metas establecidas? | 1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo | ✓ | | | |
| | | DESARROLLO PERSONAL | ¿La empresa promueve su satisfacción personal en el cumplimiento de sus labores? | | ✓ | | | |
| | | DESEMPEÑO | ¿Considera usted que en los colaboradores tienen la posibilidad de realizar su trabajo correctamente? | | ✓ | | | |
| | | ASCENSO DE PUESTO DE TRABAJO | ¿Piensa usted que en la empresa se promueve el ascenso a los colaboradores destacados? | | ✓ | | | |
| | INCENTIVOS | BENEFICIOS LABORALES | ¿Opina usted que la remuneración que percibe cumple sus expectativas? | | ✓ | | | |
| | | REMUNERACIÓN | ¿Considera usted que los beneficios que otorga la empresa son atractivos? | | ✓ | | | |
| | CONDICIONES DE TRABAJO | CONDICIONES FISICAS | ¿Piensa usted que su lugar de trabajo es satisfactorio? | | ✓ | | | |
| | | CLIMA LABORAL | ¿Considera usted que el ambiente laboral en su empresa es buena? | | ✓ | | | |
| | | RELACIÓN CON LA AUTORIDAD | ¿La relación con sus jefes en la empresa es positiva? | | ✓ | | | |
| | | RELACIONES SOCIALES | ¿Existe una interacción positiva con sus compañeros de trabajo? | | ✓ | | | |
| | METAS | METAS A CORTO PLAZO | FACTURACIÓN | | ¿La facturación cumple con los objetivos y metas de la empresa? | ✓ | | |
| | | | NIVEL DE VENTAS | | ¿Considera usted que la empresa incrementa sus ventas en forma continua? | ✓ | | |
| CONTRATOS | | | ¿Considera usted que los contratos de personal son de acuerdo a un proceso técnico de selección? | ✓ | | | | |
| METAS A MEDIANO PLAZO | | MARKETING | ¿Cree usted que la publicidad que desarrolla la empresa es atractiva? | ✓ | | | | |
| | | CAPACITACIÓN DE PERSONAL | ¿La empresa tiene planeación al realizar capacitación a todos sus colaboradores? | ✓ | | | | |
| | | POLÍTICAS ADMINISTRATIVAS | ¿Cumple usted su trabajo de acuerdo a las metas establecidas por la empresa? | ✓ | | | | |
| METAS A LARGO PLAZO | | TRABAJO EN EQUIPO | ¿La empresa desarrolla actividades en beneficios de la comunidad? | ✓ | | | | |
| | | INVERSIÓN EN INNOVACIÓN | ¿La empresa tiene proyectos que permiten invertir e innovar? | ✓ | | | | |
| | | ALIANZAS ESTRATÉGICAS | ¿La empresa fomenta convenios con las empresas afines para ofrecer incentivos? | ✓ | | | | |
| | | FORTALECIMIENTO DE ASOCIACIONES | ¿La empresa tiene convenios con la comunidad y autoridades del distrito? | ✓ | | | | |
| Firma del experto | | | Fecha / / | | | | | |

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables

ANEXO C: Matriz de consistencia

| | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|
| <p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿Cómo influye la motivación extrínseca en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <p>¿Cómo influye el reconocimiento en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019?</p> <p>¿Cómo influyen los incentivos en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019?</p> <p>¿Cómo influyen las condiciones de trabajo en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019?</p> | <p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Determinar la influencia de la motivación extrínseca en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019?</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>Determinar la influencia del reconocimiento en el cumplimiento con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A , Independencia, 2019</p> <p>Determinar la influencia de los incentivos en el cumplimiento con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A , Independencia, 2019</p> <p>Determinar la influencia de las condiciones de trabajo en el cumplimiento con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A , Independencia, 2019</p> | <p>HIPÓTESIS GENERAL</p> <p>La motivación extrínseca influye en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019</p> <p>HIPOTESIS ESPECÍFICAS</p> <p>El reconocimiento influye en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019</p> <p>Los incentivos influyen en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019</p> <p>La condición de trabajo influyen en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019</p> | <p>Variable Independiente: Motivación Extrínseca</p> | <p>-Reconocimiento</p> <p>-Incentivos</p> <p>-Condiciones de trabajo</p> | <p>1. Productividad 2. Desarrollo personal 3. Desempeño 4. Ascenso en el puesto de trabajo 5. Beneficios laborales 6. Remuneración 7. Condiciones físicas. 8. Clima laboral 9. Relación con la autoridad 10. Relaciones sociales</p> <p>11. Facturación 12. Nivel de ventas 13. Contratos 14. Marketing 15. Capacitación de personal 16. Políticas administrativas 17. Trabajo en equipo 18. Inversión en innovación 19. Alianzas estratégicas 20. Fortalecimiento de asociaciones</p> | <p>Tipo de investigación:</p> <p>Aplicada</p> <p>Nivel: Explicativo - Causal</p> <p>Diseño de investigación:</p> <p>No Experimental de corte Transversal</p> <p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Población:</p> <p>100 asesores de ventas de Tiendas Peruanas S.A</p> <p>Muestra:</p> <p>100 asesores de ventas de la empresa por departamento Oechsle.</p> |
|---|--|--|--|--|--|--|

ANEXO D: TURNITIN

Feedback Studio - Google Chrome
ev.turnitin.com/app/carta/es/?c=124322582&u=1049370437&lang=es&v=1

feedback studio | TESIS | /0 | 7 de 17

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Motivación extrínseca en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A, Independencia, 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:
DELGADO SOTELO FREDDY ANTONIO (0000-0002-5121-040X)

ASESOR:
DE DÁVILA ARENAZA, VICTOR DEMETRIO (0000-0002-8912-1919)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
GESTIÓN DE ORGANIZACIONES

LIMA-PERC

2019

Resumen de coincidencias

27 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

| | | |
|----|---------------------------|------|
| 1 | repositorio.ucv.edu.pe | 15 % |
| 2 | Entregado a Universida... | 6 % |
| 3 | Entregado a Universida... | 1 % |
| 4 | documenta.mx | 1 % |
| 5 | repositorio.unse.edu.pe | 1 % |
| 6 | dispace.unl.edu.ec | <1 % |
| 7 | Entregado a Pontificia .. | <1 % |
| 8 | www.pensionreform.org | <1 % |
| 9 | hdl.handle.net | <1 % |
| 10 | repositorio.autonoma.e... | <1 % |
| 11 | Entregado a Universida... | <1 % |

Página: 1 de 35 | Número de palabras: 7013 | Text-only Report | High Resolution | Activado | 04:05 p. m. 12/01/2020

ANEXO E: CONSENTIMIENTO INFORMANDO

Autorizamos al joven Freddy Antonio Delgado Sotelo, identificado con el DNI 47625938; a realizar la encuesta a nuestros colaboradores del área de ventas que son un total de 100 personas.

Se expide el presente a los interesados para los fines que estime conveniente.



Marina Narro Lavi
Gerente de Tienda
GECHILE LIMA NORTE

MARINA NARRO LAVI

GERENTA DE TIENDA

**ANEXO F: FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN
ELECTRONICA DE LA TESIS**



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)

Delgado Sotelo, Freddy Antonio

D.N.I. : 47625938

Domicilio : Jr. San Amadeo 1389 – San Martín de Porres

Teléfono : Fijo : Móvil : 954170014

E-mail : freddydelgadosotelo1@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:

Delgado Sotelo, Freddy Antonio

Título de la tesis:

Motivación extrínseca en el cumplimiento de metas con la fuerza de ventas de Tiendas Peruanas S.A., independencia, 2019

Año de publicación : 2020

2019

**4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN
ELECTRÓNICA:**

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma :

Fecha : 16/01/2020

ANEXO G: ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

| | | |
|--|--|---|
|  UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO | ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS | Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 25-06-2019 Página : 1 de 1 |
|--|--|---|

Yo, DR. VICTOR DAVILA ARENAZA, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo filial Lima sede Lima Norte, revisor de la tesis titulada "MOTIVACIÓN EXTRÍNSECA EN EL CUMPLIMIENTO DE METAS CON LA FUERZA DE VENTAS DE TIENDAS PERUANAS S.A., INDEPENDENCIA, 2019", del estudiante FREDDY ANTONIO DELGADO SOTELO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 27% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito 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.

Los Olivos 16 de Enero año 2020.


Firma
DR. VICTOR DAVILA ARENAZA
DNI: 08467692

| | | | | | |
|---------|----------------------------|--------|---|--------|-----------|
| Elaboró | Dirección de Investigación | Revisó | Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad | Aprobó | Rectorado |
|---------|----------------------------|--------|---|--------|-----------|

ANEXO H: AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DE LA TESIS



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DE LA TESIS

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMIINSTRACIÓN

A LA VERSIÓN FINAL DE LA TESIS QUE PRESENTA:

DELGADO SOTELO, FREDDY ANTONIO

INFORME TÍTULADO:

MOTIVACIÓN EXTRÍNSECA EN EL CUMPLIMIENTOS DE METAS CON LA FUERZA DE VENTAS DE
TIENDAS PERUANAS S.A., INDEPENDENCIA, 2019

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 08/07/2019

NOTA O MENCIÓN: 14



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN