

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Ingeniería Comercial



**Motivación y productividad del personal de ventas en el área comercial de
Parque del Recuerdo, Tacna en el año 2025**

TESIS

PRESENTADA POR:

Br. Rafael Mauricio Moreno Quiroga

ORCID 0009-0006-0457-2294

ASESOR:

Mag. Eduardo Ramal Álvarez

ORCID 0000-0003-4618-3685

Para optar el Título Profesional de:

Ingeniero Comercial

TACNA – PERÚ

2026

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo **Rafael Mauricio Moreno Quiroga**, en calidad de: Egresado de la Escuela Profesional de **Ingeniería Comercial** de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna, identificado con DNI **46405452** Soy autor de la tesis titulada: ***Motivación y productividad del personal de ventas en el área comercial de Parque del Recuerdo, Tacna en el año 2025*** , teniendo como asesor al ***Mag. Eduardo Ramal Alvarez***.

DECLARO BAJO JURAMENTO:

- Ser el único autor del texto entregado para obtener el **Título profesional de Ingeniería Comercial**, y que tal texto no ha sido plagiado, ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
- Así mismo, declaro no haber trasgredido ninguna norma universitaria con respecto al plagio ni a las leyes establecidas que protegen la propiedad intelectual, como tal no atento contra derecho de terceros.
- Declaro, que la tesis no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- Por último, declaro que para la recopilación de datos se ha solicitado la autorización respectiva a la empresa u organización, evidenciándose que la información presentada es real y soy conocedor (a) de las sanciones penales en caso de infringir las leyes del plagio y de falsa declaración, y que firmo la presente con pleno uso de mis facultades y asumiendo todas las responsabilidades de ella derivada.

Por lo expuesto, mediante la presente, asumo frente a LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis, así como por los derechos sobre la obra o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar como causa del trabajo presentado, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontrasen causa en el contenido de la tesis, libro o trabajo de investigación.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Privada de Tacna.

Tacna, 27 de julio del 2026



Bach. Rafael Mauricio Moreno

Quiroga

DNI: 46405452

Dedicatoria

A Mariela Emilia, que, gracias a su amor y comprensión en estos años juntos, ha sido mi pilar y motor para lograr todos los objetivos que me he trazado dándome un apoyo incondicional en cada paso de esta vida.

A mi Madre Angelica, que me ha enseñado lo valioso que es el ser un buen profesional y que me ha demostrado que no hay límites para lograr los que uno se proponga con valores y siendo buena persona.

A mis abuelos, que bajo su cuidado formaron en mí el valor de la gratitud, honradez y perseverancia para alcanzar grandes cosas.

Agradecimiento

Agradezco a Dios quien me a permitido llegar hasta este punto y ha permitido poder formarme de manera personal, laboral y profesional acompañado de una hermosa familia, amigos y compañeros en todo este camino.

Agradezco a la Universidad Privada de Tacna, quien en estos años me ha permitido desarrollarme y me ha formado de manera profesional con conocimientos enriquecedores que hoy me permiten desarrollarme en mi vida laboral.

Agradezco a Parque del Recuerdo, quien me ha permitido un crecimiento laboral y me ha brindado todas las herramientas e información necesaria para poder desarrollar esta investigación.

Índice de contenidos

Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenidos	vi
Índice de tablas	ix
Índice de figuras.....	x
Resumen.....	xi
Abstract.....	xii
Introducción	1
CAPÍTULO I	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
1.2.1. Problema general.....	6
1.2.2. Problemas específicos	6
1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	6
1.3.1. Relevancia teórica	6
1.3.2. Relevancia practica	6
1.3.3. Relevancia metodológica	7
1.3.4. Relevancia empresarial	8
1.4. OBJETIVOS	8
1.4.1. Objetivo general	8
1.4.2. Objetivos específicos.....	8
1.5. HIPÓTESIS.....	8
1.5.1. Hipótesis general.....	8
1.5.2. Hipótesis específicas	8
CAPÍTULO II	9
MARCO TEÓRICO.....	9
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	9
2.1.1. Internacional.....	9
2.1.2. Nacional	9
2.1.3. Regional o local.....	10
2.2. BASES TEÓRICAS.....	11
2.2.1. Fundamentación teórica de la variable independiente Motivación.....	11

2.2.2. Fundamentación teórica de la variable dependiente Productividad	18
2.3. DEFINICIÓN DE CONCEPTOS BÁSICOS	28
CAPÍTULO III.....	30
METODOLOGÍA	30
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	30
3.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN	30
3.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	30
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA	30
3.4.1. Población.....	30
3.4.2. Muestra.....	30
3.5. VARIABLES.....	31
3.5.1. Identificación de la variable 1	31
3.5.2. Identificación de la variable 2	31
3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	32
3.6.1. Técnica e instrumento de recolección para la variable 1	32
3.6.2. Técnica e instrumento de recolección para la variable 2	33
3.7. CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS	33
3.7.1. Confiabilidad del instrumento 1	33
3.7.2. Confiabilidad del instrumento 2	34
3.8. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS	34
3.8.1. Técnicas de análisis estadístico descriptivo	34
3.8.2. Técnicas de análisis estadístico inferencial	34
CAPÍTULO IV.....	35
RESULTADOS.....	35
4.1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO	35
4.2. ANÁLISIS ESTADÍSTICO DESCRIPTIVO DE LOS RESULTADOS	35
4.2.1. ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LA VARIABLE 1	35
4.2.1.1. Análisis estadístico de la variable 1	35
4.2.1.2. Análisis estadístico por dimensión: Motivación intrínseca	36
4.2.1.3. Análisis estadístico por dimensión: Motivación extrínseca.....	39
4.2.1.4. Análisis de resumen general	42
4.2.2. ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LA VARIABLE 2	42
4.2.2.1. Análisis estadístico de la variable 2	42
4.2.2.2. Análisis estadístico por dimensión: Factores individuales	43
4.2.2.3. Análisis estadístico por dimensión: Factores grupales	46

4.2.2.4.	Análisis estadístico por dimensión: Factores organizacionales	49
4.2.2.5.	Análisis de resumen general	52
4.3.	PRUEBAS ESTADÍSTICAS	53
4.3.1.	PRUEBA DE NORMALIDAD	53
4.3.1.1.	Prueba de normalidad de la variable 1	53
4.3.1.2.	Prueba de normalidad de la variable 2	54
4.4.	VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	55
4.4.1.	Verificación de hipótesis específicas	55
4.4.1.1.	Verificación de primera hipótesis específica	55
4.4.1.2.	Verificación de segunda hipótesis específica	56
4.4.2.	Verificación de hipótesis general	57
	DISCUSIÓN	59
	CONCLUSIONES	64
	RECOMENDACIONES	65
	REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFÍA	66
	ANEXOS	73
	ANEXO A. Matriz de consistencia	74
	ANEXO B. Instrumentos	76
	ANEXO C. Baremo de los instrumentos	80
	ANEXO D. Fichas de juicio de expertos	81

Índice de tablas

Tabla 1. Operacionalización de la variable Motivación.....	31
Tabla 2. Operacionalización de la variable Productividad.....	32
Tabla 3. Prueba de confiabilidad del instrumento 1	33
Tabla 4. Prueba de confiabilidad del instrumento 2.....	34
Tabla 5. Niveles de motivación.....	35
Tabla 6. Niveles de motivación intrínseca	36
Tabla 7. Análisis de la dimensión motivación intrínseca	37
Tabla 8. Niveles de motivación extrínseca	39
Tabla 9. Análisis de la dimensión motivación extrínseca	40
Tabla 10. Resumen general de la variable Motivación	42
Tabla 11. Niveles de satisfacción	42
Tabla 12. Niveles de factor individuales.....	43
Tabla 13. Análisis de la dimensión factor individuales.....	44
Tabla 14. Niveles de factores grupales.....	46
Tabla 15. Análisis de la dimensión factores grupales	47
Tabla 16. Niveles de factores organizacionales	49
Tabla 17. Análisis de la dimensión factores organizacionales	50
Tabla 18. Resumen general de la variable Productividad	52
Tabla 19. Prueba de normalidad de la variable Motivación.....	53
Tabla 20. Prueba de normalidad de la variable Productividad.....	54
Tabla 21. Prueba de correlación estadística para la hipótesis específica 1	55
Tabla 22. Prueba de correlación estadística para la hipótesis específica 2	56
Tabla 23. Prueba de correlación estadística para la hipótesis general	57

Índice de figuras

Figura 1. Niveles de motivación	36
Figura 2. Niveles de motivación intrínseca.....	37
Figura 3. Niveles de motivación extrínseca	40
Figura 4. Niveles de satisfacción	43
Figura 5. Niveles de factor individuales	44
Figura 6. Niveles de factores grupales	47
Figura 7. Niveles de factores organizacionales.....	50
Figura 8. Histograma de normalidad de la variable motivación.....	53
Figura 9. Histograma de normalidad de la variable productividad.....	54

Resumen

La actual indagación tuvo como fin determinar la relación entre la motivación y la productividad del personal de ventas del área comercial de Parque del Recuerdo en la ciudad de Tacna durante el año 2025, el estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo con diseño no experimental de nivel correlacional, la población estuvo conformada por 30 colaboradores del área comercial a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado para medir las variables de motivación y productividad, considerando las dimensiones de motivación intrínseca y extrínseca.

Los hallazgos evidenciaron una relación positiva alta entre la motivación y la productividad, reflejada en un coeficiente de correlación de Pearson de 0.888 con un nivel de significancia de 0.000, asimismo se identificó una relación positiva alta entre la motivación extrínseca y la productividad con un coeficiente de 0.843, y entre la motivación intrínseca y la productividad con un coeficiente de 0.859, lo que muestra que ambas dimensiones se asocian de manera consistente con el desempeño del personal de ventas.

Se precisa que la motivación se relaciona de manera significativa con la productividad del personal de ventas, evidenciándose que los niveles de desempeño presentan correspondencia con los niveles de motivación, lo que permite comprender que tanto los factores internos como externos del trabajador forman parte del entorno que acompaña su rendimiento dentro del área comercial, aportando información útil para la gestión del talento humano en el contexto organizacional estudiado.

Palabras clave: motivación, productividad, motivación intrínseca, motivación extrínseca, personal de ventas.

Abstract

The purpose of this research was to determine the relationship between motivation and productivity among the sales staff in the commercial area of Parque del Recuerdo in the city of Tacna during the year 2025, the study was conducted under a quantitative approach with a non-experimental correlational design, the population consisted of 30 sales employees who were administered a structured questionnaire to measure the variables of motivation and productivity, considering the dimensions of intrinsic and extrinsic motivation.

The results showed a strong positive relationship between motivation and productivity, reflected in a Pearson correlation coefficient of 0.888 with a significance level of 0.000, likewise a strong positive relationship was identified between extrinsic motivation and productivity with a coefficient of 0.843, and between intrinsic motivation and productivity with a coefficient of 0.859, indicating that both dimensions are consistently associated with the performance of the sales staff.

It is concluded that motivation is significantly related to the productivity of the sales staff, showing that performance levels correspond to motivation levels, which allows understanding that both internal and external factors of the worker are part of the environment that accompanies their performance within the commercial area, providing useful information for human talent management in the organizational context studied.

Keywords: motivation, productivity, intrinsic motivation, extrinsic motivation, sales staff

Introducción

El presente estudio nace de la necesidad de desentrañar la actuación del plantel de comercialización dentro del departamento mercantil de Parque del Recuerdo, situado en la localidad de Tacna, puesto que el rendimiento en tales tareas está hondamente ligado a factores endógenos y exógenos del colaborador, especialmente al estímulo, que puede incidir en la manera en que dicho colectivo despliega sus labores, alcanza objetivos y se ajusta a las exigencias del ambiente laboral. Esta coyuntura condujo a plantear un examen sobre el vínculo entre estímulo y producción, dado que en el escenario corporativo contemporáneo se vuelve imprescindible disponer de datos que expliquen cómo se enlazan dichos componentes en el desempeño del equipo.

La ejecución de la pesquisa se apoya en la urgencia de disponer de evidencias que hagan posible auscultar la dinámica de tales variables en un escenario laboral auténtico, sobre todo en el ámbito mercantil, donde la productividad se fiscaliza de forma continua mediante logros palpables, posibilitando precisar con mayor nitidez el grado de rendimiento de la dotación. Bajo ese prisma se estimó relevante abordar el estímulo desde sus facetas interna y externa, con el fin de lograr una panorámica más acabada de la conducta del operario y de su ligazón con la producción en el marco singular de la compañía.

El objetivo del estudio apunta a precisar la correspondencia entre estímulo y producción del colectivo de ventas, además de indagar, con detenimiento, la conducta de la motivación interna y externa respecto al rendimiento laboral, procurando generar datos que faciliten la comprensión de tales factores dentro del departamento mercantil y fundamenten la adopción de decisiones en la administración del capital humano.

La realización de esta indagación se avala en la necesidad de disponer de insumos que revelen de qué modo se entrelazan los grados de estímulo con la producción del contingente de ventas, dado que dichos aspectos conforman la operativa cotidiana del ámbito mercantil, lo cual puede contribuir a optimizar las condiciones de trabajo y a robustecer el rendimiento del plantel, además de erigirse en sustento para futuras averiguaciones sobre conducta organizacional en escenarios análogos.

La presente investigación se encuentra organizada en cinco capítulos, en el primer capítulo se desarrolla la problemática de estudio considerando la descripción del problema, las interrogantes de investigación, los objetivos y las hipótesis planteadas, posteriormente el segundo capítulo comprende el desarrollo del marco teórico mediante la incorporación de

antecedentes y fundamentos conceptuales relacionados con las variables investigadas, en el tercer capítulo se expone la metodología utilizada detallando el enfoque, tipo y diseño de investigación, además de la población, muestra, técnicas e instrumentos aplicados para la recolección de información, seguidamente el cuarto capítulo presenta los resultados obtenidos mediante el procesamiento y análisis estadístico de los datos, mientras que en el quinto capítulo se desarrolla la discusión de resultados junto con las conclusiones y recomendaciones derivadas del estudio realizado.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

A nivel mundial, todas las empresas requieren mantener una adecuada relación entre directivos y trabajadores para alcanzar sus metas organizacionales, debido a que el talento humano es considerado uno de los activos más valiosos dentro de la empresa; contar con personal satisfecho permite mantener o incrementar la productividad, gracias al compromiso y comportamiento que los colaboradores desarrollan hacia la organización (Bohórquez et al., 2020)

Según el Panorama Laboral 2025 de la OIT para América Latina y el Caribe (2025), la productividad laboral continúa enfrentando un estancamiento que afecta el desempeño de la fuerza laboral y limita la posibilidad de avanzar hacia empleos más productivos y condiciones de trabajo decente. Además, este problema no puede considerarse reciente, debido a que la región lleva más de una década con avances laborales poco significativos, mientras persisten otras dificultades como el elevado endeudamiento público y el limitado espacio fiscal. En este contexto, las brechas de productividad no dependen solamente de factores económicos externos, sino también de aspectos que se presentan dentro de las propias organizaciones, especialmente en la manera en que se gestiona al personal, se aprovechan sus capacidades y se atienden aquellos factores que pueden influir en su desempeño.

Por otro lado, la misma entidad ha señalado en distintos informes que el compromiso laboral, entendido como el nivel de involucramiento y motivación de un trabajador hacia su labor, está directamente vinculado con la productividad de las organizaciones, de manera que su deterioro incide tanto en los resultados individuales de los colaboradores como en el desempeño económico general de las empresas y de los propios países (OIT, 2025).

Los constantes avances tecnológicos, el incremento de profesionales que ingresan cada año a un mercado laboral cada vez más competitivo y los cambios que atraviesan las organizaciones han generado diversos desafíos para los trabajadores, afectando tanto su bienestar como su desempeño profesional. En este contexto, la motivación laboral se ha convertido en un aspecto fundamental para el logro de los objetivos organizacionales. Según un informe de Gallup, durante el año 2025 solo el 20% de los trabajadores a nivel mundial

manifestó sentirse comprometido con su labor, situación que ocasionó pérdidas de productividad estimadas en 10 billones de dólares para la economía global (Gallup, 2026).

En Latinoamérica, la motivación laboral, considerada un elemento fundamental para el rendimiento y la satisfacción de los trabajadores, ha despertado un creciente interés dentro de la literatura científica; ello se debe a que los contextos sociales, culturales y económicos de América Latina presentan características particulares que influyen en las dinámicas laborales. Entre los años 2017 y 2024, diversas investigaciones analizaron cómo distintos factores inciden en la motivación dentro de esta región, permitiendo obtener una comprensión más amplia y detallada de esta problemática. (Rojas, 2024)

La motivación laboral constituye un concepto fundamental dentro de la gestión organizacional, debido a que comprende los procesos que impulsan a los trabajadores a desarrollar sus funciones de manera eficiente y orientada al cumplimiento de metas laborales.

La motivación se encuentra relacionada con el comportamiento humano y recibe influencia tanto de factores internos, como las necesidades personales, como de factores externos, entre ellos las recompensas o incentivos; Chiavenato (2017) señala que este proceso resulta esencial para impulsar al individuo a desarrollar actividades orientadas al cumplimiento de sus objetivos.

En el Perú, vemos problemas de motivación en las empresas e instituciones por el hecho que las mismas no mantienen una correcta gestión con respecto al poder centrar la atención en el capital humano, justamente por ello es que se dan los malos resultados, baja productividad como pésimos servicios, perjudicando a los peruanos a nivel nacional.

La motivación laboral y la productividad constituyen factores fundamentales dentro del entorno empresarial, debido a que influyen de manera significativa en el desempeño y éxito de las organizaciones; en el contexto de las empresas en Perú, la relación entre ambos aspectos adquiere especial relevancia por el dinamismo y el nivel de competitividad presentes en sectores como el financiero y de servicios (Sanchez y Ortiz, 2024)

Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2024), con información de la Encuesta Permanente de Empleo Nacional del INEI, durante el primer trimestre de 2024 el empleo en el comercio aumentó en 4,8% respecto al mismo periodo del año anterior, siendo el sector que presentó el mayor crecimiento relativo entre las principales actividades económicas. Sin embargo, este crecimiento muestra principalmente que existen más personas ocupadas y no que la productividad haya mejorado en la misma proporción, por lo que resulta necesario

considerar qué está ocurriendo dentro de las organizaciones con respecto a la motivación de sus trabajadores, especialmente en aspectos como el reconocimiento, los incentivos, las condiciones del puesto y las posibilidades de desarrollo, ya que una baja motivación puede reflejarse en menor disposición para cumplir las tareas, menor involucramiento y dificultades para mantener un nivel adecuado de productividad.

En Perú, el 62% de los líderes del área de recursos humanos consideró que uno de los principales desafíos durante el año 2023 fue fortalecer la motivación y el compromiso de los colaboradores, situación que continúa siendo una de las prioridades más importantes para el año 2024. (Redaccion Gestion, 2024)

Según el Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (CEPLAN), durante 2024 el 70,9% de la población ocupada se encontraba en situación de informalidad, lo que refleja que una gran parte de los trabajadores realiza sus actividades en condiciones que no siempre garantizan estabilidad ni un entorno favorable para mantener un desempeño adecuado. Además, el CEPLAN (2024) ha señalado que el problema del país no se limita a generar más puestos de trabajo, sino que existe la necesidad de mejorar su calidad y sostenibilidad, de modo que los trabajadores puedan desarrollar sus capacidades y mantenerse en las organizaciones bajo mejores condiciones que propicien una mayor motivación, situación que permite evidenciar que todavía existen dificultades para lograr un entorno laboral que favorezca un desempeño constante y una mayor productividad.

Asimismo, resulta importante precisar que la presente investigación toma como referencia a Parque del Recuerdo – Sede Tacna, empresa que se encarga del Servicio de Sepelio, Sepultación, acompañamiento a deudos en la Ciudad de Tacna; respecto a la motivación la empresa cuenta con ciertas características favorables como el contar con un Área de capacitación al personal de ventas denominada UPR (Universidad Parque del Recuerdo), la misma que se encarga del seguimiento de vendedores nuevos que ingresan a laborar a la sede , como de realizar periódicamente las capacitaciones al personal que se encuentra laborando en el área comercial. Asimismo, respecto a la productividad existen indicadores de seguimiento para el correcto cumplimiento de las metas establecidas a cada vendedor con el fin de que la sede logre el objetivo trazado año a año.

En un contexto organizacional donde el cumplimiento de resultados es cada vez más exigente en las empresas, los vendedores del área comercial de Parque del Recuerdo enfrentan algunas dificultades relacionadas con la motivación y productividad mes a mes. En el último

año (2025) el área comercial ha tenido un cumplimiento de meta promedio del 85% afectando tanto la productividad de la sede al no llegar a la cuota establecida como a la motivación del equipo, por otro lado, los equipos de trabajo han tenido ausencias de personal las cuales han dificultado su desempeño y en muchas ocasiones algunos vendedores han debido asumir metas de posiciones no cubiertas en distintos meses del año, en el 2025, el equipo comercial solo ha tenido 5 meses el equipo completo con las plazas totales cubiertas mientras que 7 meses han tenido ausencias de 3 a 4 vendedores por mes. Esto podría deberse a factores relacionados tanto a las emociones y los procesos cognitivos de los colaboradores pueden verse afectados, generando consecuencias como bajos niveles de compromiso, disminución de la productividad, un ambiente laboral poco satisfactorio o la constante búsqueda de reconocimiento no alcanzado

Por esta razón, la presente investigación busca determinar la relación existente entre la motivación y la productividad de los vendedores del área comercial de Parque del Recuerdo durante el año 2025.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema general

¿Existe relación entre la Motivación y la Productividad del personal de ventas del área comercial de Parque del recuerdo Tacna en el año 2025?

1.2.2. Problemas específicos

¿Cuál es la relación de la motivación extrínseca y la productividad del personal de ventas del área comercial de parque del recuerdo en el año 2025?

¿Cuál es la relación de la motivación intrínseca y la productividad del personal de ventas del área comercial de parque del recuerdo en el año 2025?

1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Relevancia teórica

La presente investigación busca determinar la relación existente entre la motivación y la productividad en el área comercial de Parque del Recuerdo; actualmente existen diversas teorías relacionadas con ambas variables, sin embargo, no se identifican estudios previos desarrollados específicamente en esta empresa dentro del contexto de Tacna.

1.3.2. Relevancia practica

La presente investigación tiene como propósito resaltar la importancia de la motivación y la productividad para la comunidad en general, especialmente dentro del ámbito empresarial.

Se orienta hacia la identificación de efectos positivos y también la prevención de efectos negativos y desafíos complejos de la motivación de los vendedores del área comercial y su relación con la productividad para el cumplimiento de objetivos en Parque del Recuerdo.

Asimismo, los resultados de la investigación contribuirán de manera significativa a los procesos administrativos, estratégicos y operativos del personal, permitiendo identificar y superar determinadas deficiencias que actualmente afectan el desarrollo de las actividades dentro de la organización.

1.3.3. Relevancia metodológica

La presente investigación posee relevancia metodológica debido a que permitirá analizar la relación existente entre las variables motivación y productividad en el personal comercial de Parque del Recuerdo, empleando un enfoque correlacional. Este enfoque resulta pertinente porque no solo posibilita describir el comportamiento de cada variable de manera independiente, sino también determinar el grado de asociación que existe entre ambas, generando evidencia objetiva que contribuya a comprender cómo los niveles de motivación pueden vincularse con el desempeño productivo de los colaboradores.

Asimismo, la investigación se desarrollará bajo un enfoque cuantitativo, el cual, según Nina (2022), permite medir y analizar las variables mediante procedimientos estadísticos y el uso de instrumentos estructurados, facilitando la comprobación de hipótesis a partir de datos objetivos. En ese sentido, se empleará un cuestionario basado en la escala de Likert de cinco puntos para cuantificar las percepciones de los trabajadores respecto a la motivación y la productividad, garantizando la obtención de información precisa y susceptible de análisis estadístico.

Por otro lado, Contreras (2021) sostiene que la aplicación de instrumentos técnicos de recolección de datos fortalece el rigor metodológico de la investigación y favorece el cumplimiento de los objetivos planteados. En concordancia con ello, los datos recopilados serán procesados mediante el software SPSS, utilizando estadística descriptiva e inferencial para identificar el nivel de relación entre las variables estudiadas. De esta manera, el instrumento propuesto constituirá un aporte metodológico al proporcionar una herramienta válida y confiable para evaluar la motivación y la productividad en el contexto organizacional, permitiendo la generación de resultados que sirvan de base para la toma de decisiones orientadas a mejorar el desempeño del personal comercial.

1.3.4. Relevancia empresarial

El desarrollo del presente estudio resulta relevante en el ámbito empresarial debido a que permite comprender cómo la motivación del personal de ventas se vincula con los niveles de productividad dentro del área comercial, un aspecto clave en organizaciones donde el cumplimiento de metas y la generación de resultados dependen en gran medida del desempeño humano, en ese contexto, analizar esta relación aporta información útil para la toma de decisiones, ya que permite identificar qué condiciones internas y externas acompañan el rendimiento del equipo, facilitando el diseño de estrategias orientadas a fortalecer el compromiso, optimizar el desempeño y mejorar los resultados comerciales, especialmente en una organización como Parque del Recuerdo en Tacna, donde la interacción con el cliente y la calidad del servicio forman parte central de su operación.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo general

Determinar la relación que existe entre la motivación y la productividad del personal de ventas del área comercial de Parque del Recuerdo Tacna en el año 2025.

1.4.2. Objetivos específicos

Determinar la relación que existe entre motivación extrínseca y la productividad del personal de ventas del área comercial de parque del recuerdo en el año 2025.

Identificar la relación que existe entre motivación intrínseca y la productividad del personal de ventas del área comercial de parque del recuerdo en el año 2025.

1.5. HIPÓTESIS

1.5.1. Hipótesis general

Existe una relación significativa entre la motivación y la productividad del personal de ventas del área comercial de Parque del recuerdo en el año 2025

1.5.2. Hipótesis específicas

Existe una relación significativa entre la motivación extrínseca y la productividad del personal de ventas del área comercial de Parque del recuerdo en el año 2025.

Existe una relación significativa entre la motivación intrínseca y la productividad del personal de ventas del área comercial de Parque del recuerdo en el año 2025.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. Internacional

Salazar y Valdivia (2023) de México, en el artículo científico titulado “La motivación laboral y su relación con el desempeño laboral. Un estudio de caso”, tuvieron como objetivo determinar la relación entre la motivación laboral y el desempeño laboral de los trabajadores del sector salud durante la etapa pospandemia. La investigación empleó un análisis estadístico mediante regresión lineal simple y ANOVA para evaluar el comportamiento de las variables. Los resultados evidenciaron una correlación positiva entre la motivación laboral y el desempeño laboral, obteniéndose un valor crítico calculado de 0.889 y un p-valor de 0.354 para el predictor motivación laboral. En conclusión, se determinó que mayores niveles de motivación se asocian con un mejor desempeño laboral, destacando la influencia de esta variable en el rendimiento de los trabajadores.

Martínez et al. (2022) de Colombia, en la investigación titulada “Influencia de la satisfacción laboral en la productividad”, tuvieron como objetivo analizar la influencia de la satisfacción laboral sobre la productividad. Metodológicamente, desarrollaron una revisión documental basada en el análisis de estudios previos y fundamentos teóricos relacionados con ambas variables, considerando además información sobre trabajadores mexicanos en el contexto posterior a la pandemia de COVID-19. Los resultados evidenciaron que la ausencia o deficiencia de factores asociados a la satisfacción laboral afecta negativamente la productividad de los trabajadores. En conclusión, se determinó que la satisfacción laboral constituye un factor relevante para el desempeño del capital humano y ejerce una influencia significativa en la productividad organizacional.

2.1.2. Nacional

Montalvo (2025) de Lima, en la tesis titulada “Motivación laboral y la productividad de los colaboradores de la Empresa Inka’s Berries del Distrito de Santa María – 2023”, tuvo como objetivo determinar la relación entre la motivación laboral y la productividad de los colaboradores. La investigación presentó un enfoque cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal y nivel correlacional, aplicándose encuestas a una muestra de 210 trabajadores. Los resultados mostraron que el 97.6% de los participantes presentó un nivel

regular de motivación laboral y el 86.2% un nivel regular de productividad. Asimismo, la prueba Rho de Spearman evidenció una correlación positiva alta entre ambas variables ($p=0.828$; $p=0.000$). En conclusión, se determinó que la motivación laboral influye de manera positiva y significativa en la productividad de los trabajadores.

Rodríguez y Villaverde (2021) de Chimbote, en la investigación titulada “Motivación y productividad en trabajadores de la financiera CrediScotia, Chimbote, 2021”, tuvieron como objetivo establecer la relación entre la motivación y la productividad de los trabajadores de dicha entidad financiera. La investigación presentó un enfoque cuantitativo, diseño no experimental de corte transeccional y nivel descriptivo correlacional, considerando una muestra de 23 trabajadores evaluados mediante cuestionarios con escala Likert. Los resultados evidenciaron una relación positiva y significativa entre ambas variables, obteniéndose un coeficiente de correlación de 0.740. Asimismo, el 65.2% de los trabajadores mostró un nivel alto de motivación y el 82.6% un nivel alto de productividad. En conclusión, se determinó que la motivación laboral se relaciona significativamente con la productividad de los trabajadores, influyendo favorablemente en su desempeño dentro de la organización.

2.1.3. Regional o local

Contreras (2021) de Tacna, en la investigación titulada “Motivación Laboral y su Incidencia en el Desempeño de los Trabajadores de la Panadería y Pastelería Butipan, Tacna, 2021”, tuvo como objetivo determinar la influencia de la motivación laboral en el desempeño de los trabajadores de la empresa. Metodológicamente, presentó un diseño no experimental, nivel relacional y corte transversal, aplicando encuestas a una muestra de 30 colaboradores. Los resultados evidenciaron una correlación positiva entre la motivación laboral y el desempeño, obteniéndose un coeficiente de relación de 0.652. Asimismo, los factores intrínsecos y extrínsecos de la motivación mostraron una relación significativa con el desempeño laboral ($p=0.000$). En conclusión, se determinó que mayores niveles de motivación laboral se asocian con un mejor desempeño de los trabajadores dentro de la organización.

Nina (2022) de Tacna, en la investigación titulada “La Motivación y su Relación con la Satisfacción Laboral del Personal de la Municipalidad Distrital de Ilabaya, Año 2021”, tuvo como objetivo establecer la relación entre la motivación y la satisfacción laboral del personal de la municipalidad. La investigación presentó un enfoque de tipo puro, nivel relacional y diseño no experimental, considerando una población de 43 trabajadores administrativos. La información fue recopilada mediante una encuesta aplicada a través de un cuestionario de 55 ítems. Los resultados mostraron una correlación positiva y significativa entre la motivación y

la satisfacción laboral ($p=0.564$); además, las dimensiones motivación intrínseca y extrínseca alcanzaron coeficientes de 0.616 y 0.525, respectivamente. En conclusión, se determinó que la motivación se relaciona significativamente con la satisfacción laboral del personal evaluado.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. Fundamentación teórica de la variable independiente Motivación

Conceptualización

Existen diversas definiciones sobre la motivación, ya que algunos autores la consideran como un impulso generado a partir de determinados incentivos; no obstante, también se entiende como una fuerza interna que orienta al trabajador hacia el cumplimiento de sus objetivos y metas, tanto personales como laborales.

Naranjo (2009) define la motivación como el conjunto de razones que impulsan, orientan y mantienen determinado comportamiento a lo largo del tiempo.

Contreras (2021) señala que la motivación constituye un factor importante para el crecimiento de una empresa, debido a que permite que los trabajadores se sientan más involucrados con sus funciones; además, ello favorece un mayor compromiso y un mejor desempeño laboral.

Chiavenato (2017), como concepto complementario, sostiene que la motivación es un proceso encargado de activar, dirigir y mantener el comportamiento hacia determinados objetivos, siendo impulsado por factores internos y externos; este proceso se fundamenta en la interacción entre la persona y su entorno, donde las necesidades o carencias generan un estado de tensión que busca ser satisfecho mediante conductas, impulsos y recompensas.

Importancia de la motivación

La motivación laboral cumple un papel importante dentro del entorno organizacional, debido a que influye directamente en la productividad y en el desempeño de los trabajadores; cuando los empleados se encuentran motivados, suelen incrementar su compromiso con las actividades y responsabilidades asignadas, logrando mayor eficiencia en el desarrollo de sus funciones. Asimismo, su importancia también se relaciona con la reducción de costos vinculados a procesos como la contratación de nuevo personal, el ausentismo y las capacitaciones, además de contribuir al fortalecimiento de un adecuado clima organizacional y a una mayor estabilidad dentro de los equipos de trabajo. (Villalobos, 2025)

Teorías de la motivación

Existen diversas teorías sobre la motivación como pueden ser, por ejemplo:

- Necesidades de Maslow

Para Abraham Maslow, los trabajadores poseen necesidades sociales, aunque también existen otras necesidades que influyen en su motivación, entre ellas las de autorrealización, estima, seguridad y fisiológicas; su teoría sostiene que las personas no se encuentran motivadas por una sola necesidad, sino por un conjunto de ellas organizadas jerárquicamente, siendo la autorrealización el nivel más alto, considerado como la meta a la que toda persona aspira llegar o convertirse (Nina, 2022)

- Teoría Bifactorial de Herzberg

La teoría nos indica que existen dos tipos de motivaciones, la extrínseca e intrínseca de los mismos que detallan el comportamiento de las personas dentro del entorno laboral (Rodriguez y Villaverde, 2021)

Frederick Herzberg, psicólogo estadounidense, publicó su libro “¿Como motiva usted a sus trabajadores?” y formuló su teoría conocida como la “Teoría de los dos factores”, el plantea que existen dos comportamientos de la persona, por un lado están los factores intrínsecos los cuales determinan el sentimiento de la persona frente a su realización personal, el reconocimiento recibido su progreso o ascenso dentro del entorno laboral y su grado de responsabilidad en su cargo y por otro lado los factores extrínsecos los cuales relacionan al individuo frente a condiciones de la organización, características del entorno laboral y forma de gestión o administración de la empresa donde el trabajador desarrolla sus actividades, su remuneración que recibe, las relaciones con su jefatura directa y sus beneficios. (Pacheco, 2021)

- Tres Necesidades de McClelland

También Conocida como la “Teoría de las tres necesidades” de David McClelland, su teoría separa tres tipos de necesidades compartidas estas necesidades expuestas están determinadas para todo tipo de personas sin importar sexo, cultura, raza. Etc.; los tipos de necesidades desarrollados por Mc Clelland son: la necesidad de logro, necesidad de afiliación y necesidad de poder o influencia. (Pacheco, 2021)

2.2.1.1. Bases teóricas de las dimensiones/indicadores de la variable 1

Motivación Intrínseca

La motivación intrínseca es proporcionada por la actividad en sí misma y se desarrolla cuando el pilar de la motivación encontrada existe dentro del individuo y la actividad realizada, es decir, que el individuo encuentra la tarea que le agrada y que es merecida para desarrollarla (Montalvo Juanpedro, 2025)

La motivación intrínseca se define como un estímulo propio del individuo, el mismo que proviene de distintos factores dentro de los cuales tenemos al interés personal, la satisfacción y el logro del objetivo, esto exime de depender de cualquier tipo de incentivo externo. (Villalobos, 2025)

La motivación intrínseca también puede relacionarse con el interés que una persona desarrolla hacia las actividades que realiza y con la satisfacción que obtiene durante su ejecución. Cuando una tarea despierta curiosidad o resulta significativa para quien la desarrolla, existe una disposición propia para involucrarse en ella sin que sea necesario recibir una recompensa externa, de modo que el interés surge de la experiencia misma y de la valoración que el individuo realiza sobre lo que está haciendo (Jara et al., 2024).

Otro aspecto importante se encuentra en la sensación de competencia que puede experimentar una persona al comprobar que posee las capacidades necesarias para desarrollar una determinada actividad. A medida que enfrenta tareas, supera dificultades y reconoce sus propios avances, puede surgir una satisfacción vinculada con el aprendizaje y con la mejora de sus habilidades, por lo que el interés por continuar realizando una actividad puede mantenerse debido a la percepción de crecimiento que obtiene durante el proceso (Reyes et al., 2022).

- **Realización personal**

La realización personal dentro del trabajo puede entenderse como la percepción que desarrolla una persona cuando considera que las actividades que realiza le permiten avanzar, aprender y aprovechar sus propias capacidades. En este proceso, la experiencia cotidiana adquiere importancia porque permite reconocer los conocimientos que se han fortalecido y las habilidades que se han ido desarrollando, mientras que la posibilidad de asumir nuevas responsabilidades puede hacer que el trabajador encuentre mayores oportunidades para demostrar lo que sabe hacer y valorar su propio progreso (Romero & Scrivanelli, 2024).

El crecimiento que una persona alcanza mientras desarrolla sus funciones también se relaciona con las oportunidades que encuentra para aprender y desenvolverse ante situaciones diferentes. Por ello, cuando el puesto permite asumir determinadas tareas con mayor autonomía o participar en actividades que requieren nuevas capacidades, el trabajador puede reconocer cambios en su desempeño y valorar las herramientas que ha incorporado a través de la experiencia, lo que contribuye progresivamente a construir una percepción de avance dentro de su trayectoria laboral (Romero & Scrivanelli, 2024).

La realización personal puede estar vinculada, además, con la satisfacción que surge al alcanzar objetivos o comprobar que una tarea pudo desarrollarse adecuadamente después de enfrentar alguna dificultad. En este caso, resolver un problema, mejorar un procedimiento o cumplir una responsabilidad con buenos resultados puede representar un logro para la persona, ya que le permite reconocer el esfuerzo realizado y observar que sus capacidades han ido fortaleciéndose mediante las experiencias que enfrenta en el trabajo (Quispe et al., 2023).

- **Sentido de propósito**

El sentido de propósito dentro del trabajo se relaciona con la percepción que tiene la persona sobre la importancia de las actividades que realiza y el valor que estas representan para la organización. Desde esta perspectiva, cumplir con las funciones asignadas adquiere un significado más amplio cuando el trabajador comprende para qué realiza sus tareas y reconoce que su esfuerzo forma parte de un objetivo determinado, lo cual permite establecer una relación entre las responsabilidades del puesto y la finalidad que orienta el trabajo (Zapata et al., 2023).

Comprender la utilidad de las propias funciones también permite que el trabajador identifique cómo su labor se vincula con las actividades desarrolladas por otras personas y con los resultados que busca alcanzar la organización. Así, cuando existe claridad sobre las responsabilidades y sobre lo que se espera obtener mediante ellas, las tareas cotidianas pueden ser percibidas como parte de un proceso común y no únicamente como obligaciones que deben cumplirse durante la jornada, favoreciendo una mayor comprensión del aporte que realiza cada trabajador (Pincay et al., 2023).

El sentido de propósito puede adquirir un significado particular cuando las actividades laborales guardan relación con aquello que la persona considera importante o con los objetivos que espera alcanzar mediante su trabajo. En estos casos, la realización de las funciones puede generar una percepción de satisfacción, ya que el trabajador encuentra una razón para involucrarse en lo que hace y puede reconocer que sus capacidades, conocimientos y esfuerzos

tienen una utilidad dentro de las actividades que desarrolla, especialmente cuando observa que su participación contribuye a obtener determinados resultados (Pincay et al., 2023).

- **Autonomía en el puesto de trabajo**

La autonomía en el puesto de trabajo se refiere al margen de libertad que tiene una persona para organizar y desarrollar las actividades que forman parte de sus responsabilidades. Contar con este espacio permite que el trabajador pueda establecer prioridades, tomar determinadas decisiones y elegir la forma más conveniente de realizar algunas tareas, siempre de acuerdo con los objetivos y lineamientos de la organización, por lo que la autonomía no significa actuar sin límites sino disponer de cierta capacidad para desenvolverse con independencia dentro del puesto (Pecina & Gutierrez, 2023).

Cuando existe confianza en las capacidades del trabajador, es posible que este pueda resolver algunas situaciones utilizando sus propios conocimientos y experiencias antes de recurrir a una supervisión constante. De esta manera, la persona puede plantear alternativas frente a las dificultades que surgen durante la jornada y asumir una participación más activa en las actividades que desarrolla, especialmente cuando cuenta con la preparación necesaria para responder a las exigencias propias de su función (Cornejo et al., 2023).

La autonomía también se manifiesta en la posibilidad de organizar el propio trabajo y distribuir las actividades de acuerdo con las prioridades que requiere cada jornada, aunque el nivel de libertad puede variar según las características del puesto y las responsabilidades asumidas. En algunos casos, el trabajador tendrá mayor capacidad para decidir sobre sus procedimientos y tiempos, mientras que en otros deberá seguir pautas previamente establecidas, manteniendo siempre un margen que le permita desarrollar sus funciones de manera adecuada (Cuyubamba & Vasquez, 2024).

Motivación extrínseca

La motivación extrínseca tiene su origen a partir de estímulos que recibe la persona de manera externa, como por ejemplo incentivos, recompensas, etc. Se podría indicar que este tipo de motivación tiene un desarrollo de manera artificial, ya que el individuo genera un interés de por medio hacia los incentivos para poder desarrollar de manera óptima las tareas o actividades encomendadas (Nina, 2022)

La motivación extrínseca se encuentra influenciada por factores externos, como las recompensas, el reconocimiento social o la presión del entorno, los cuales impulsan el

comportamiento de las personas hacia el logro de metas o la realización de determinadas tareas. A diferencia de la motivación intrínseca, que nos desarrolla todo lo concerniente a lo interno, la motivación extrínseca tiene un vínculo mayor con incentivos externos provenientes del entorno de la organización en la que se desarrolla el individuo. (Villalobos, 2025)

La motivación extrínseca surge cuando la disposición de una persona para realizar una actividad está relacionada con estímulos que provienen de su entorno. En el ámbito laboral, estos pueden presentarse mediante recompensas, incentivos, reconocimientos u otros beneficios que despiertan interés por alcanzar determinados resultados, de modo que el trabajador encuentra una razón adicional para orientar su esfuerzo hacia las tareas que tiene a su cargo, aun cuando el interés principal no se encuentre en la actividad misma (Alonso & Nahum, 2024).

En el trabajo cotidiano, este tipo de motivación puede hacerse visible cuando una persona modifica su esfuerzo o mantiene determinada conducta porque espera recibir algo a cambio. Por ejemplo, el cumplimiento de una meta puede estar acompañado de un incentivo o de algún reconocimiento, situación que establece una relación entre lo que el trabajador realiza y la respuesta que recibe por parte de la organización. Así, la recompensa funciona como un estímulo que puede influir en la disposición con la que se asumen determinadas responsabilidades (Alonso & Nahum, 2024).

- **Compensación y beneficios**

La compensación comprende el conjunto de retribuciones que recibe el trabajador como reconocimiento por las funciones, responsabilidades y resultados asociados al puesto que desempeña. Puede incluir una remuneración fija, pagos variables, incentivos vinculados al cumplimiento de objetivos y otros mecanismos económicos establecidos por la organización. Su importancia no se limita al valor monetario, ya que también representa una forma mediante la cual la empresa reconoce el aporte realizado por su personal (Villalobos, 2023).

La percepción que tiene el trabajador sobre su remuneración está relacionada con la valoración que realiza respecto a las condiciones en las que desarrolla sus actividades. No solo interviene el monto recibido, sino también la claridad de los criterios utilizados para determinarlo, la correspondencia con las responsabilidades asumidas y la posibilidad de obtener reconocimientos adicionales por determinados resultados. Una compensación percibida como adecuada puede contribuir a fortalecer la disposición del trabajador hacia sus

funciones, especialmente cuando existe una relación clara entre el cumplimiento de metas y las recompensas establecidas (Reyes et al., 2023).

Los beneficios comprenden aquellas prestaciones adicionales que la organización proporciona a sus trabajadores, complementando la remuneración que reciben por el desarrollo de sus funciones. Entre ellos pueden considerarse beneficios económicos, sociales o vinculados con las condiciones laborales, de acuerdo con las políticas y posibilidades de cada institución. Su presencia permite atender diferentes necesidades del personal y puede generar una percepción favorable respecto al vínculo establecido con la organización (Maucaylle & Apaza, 2022).

- **Condiciones laborales del puesto**

Las condiciones laborales del puesto comprenden las características del entorno en el que el trabajador realiza sus funciones y las circunstancias que acompañan el desarrollo de sus responsabilidades. Estas condiciones guardan relación con la forma en que se organiza el trabajo y con los recursos que se encuentran disponibles para cumplir las tareas asignadas, por lo que un puesto adecuadamente estructurado debe responder a las exigencias de las actividades y facilitar su ejecución durante la jornada laboral (Toapanta, 2024).

El espacio donde se desarrolla el trabajo constituye otro componente importante, ya que sus características pueden influir en la comodidad y en la manera en que el trabajador desempeña sus funciones. Un ambiente adecuado, organizado y acorde con las actividades permite desarrollar las tareas con mayor facilidad, especialmente cuando el puesto exige permanecer durante varias horas en un mismo lugar o utilizar determinados equipos, por lo que las condiciones físicas deben guardar correspondencia con las necesidades propias de cada función (Reyes et al., 2022).

También forman parte de estas condiciones los recursos y medios proporcionados para realizar el trabajo, así como la organización de las responsabilidades que corresponden a cada puesto. Cuando el trabajador dispone de los elementos necesarios y conoce con claridad las actividades que debe desarrollar, puede organizar mejor su jornada y atender sus responsabilidades sin que las limitaciones operativas dificulten de manera innecesaria el cumplimiento de sus funciones. La distribución del trabajo adquiere importancia porque permite establecer con mayor claridad las exigencias asociadas al cargo (Vinza et al., 2026).

La seguridad y el bienestar durante la jornada complementan las condiciones propias del puesto, debido a que el trabajador necesita desarrollar sus actividades dentro de un entorno

que considere las características y posibles riesgos de sus funciones. La existencia de medidas preventivas y de condiciones que permitan realizar el trabajo de manera adecuada contribuye a generar un ambiente favorable para el desarrollo de las actividades, influyendo también en la percepción que el trabajador construye sobre el puesto que ocupa y sobre las condiciones en las que debe cumplir sus responsabilidades (Vinza et al., 2026).

- **Reconocimiento y valor al trabajador**

El reconocimiento al trabajador se relaciona con la valoración que la organización expresa frente al esfuerzo, compromiso y resultados alcanzados durante el desarrollo de sus funciones, por lo que no se limita únicamente a una recompensa económica sino que también puede reflejarse en la manera en que los superiores reconocen el trabajo realizado y muestran consideración hacia el aporte de cada persona. Cuando el trabajador percibe que su esfuerzo es tomado en cuenta, puede desarrollar una mayor valoración respecto a las funciones que desempeña y al lugar que ocupa dentro de la organización (Serna et al., 2024).

Dar valor al trabajo realizado implica reconocer que las actividades desarrolladas por cada trabajador tienen importancia para el funcionamiento de la organización y para el cumplimiento de sus objetivos, especialmente cuando existe una respuesta por parte de quienes dirigen o supervisan las labores. Sentirse escuchado y considerado dentro del espacio laboral permite que la persona perciba que sus responsabilidades tienen utilidad y que el esfuerzo dedicado a ellas no pasa desapercibido, fortaleciendo así la percepción sobre la importancia de su participación en el trabajo (Bellido et al., 2025).

El reconocimiento puede expresarse mediante las relaciones que se mantienen diariamente en el entorno laboral, especialmente a través de la comunicación entre los trabajadores y sus superiores, quienes pueden destacar el cumplimiento de una tarea, valorar una mejora en el desempeño o agradecer la disposición mostrada frente a una responsabilidad. Estas expresiones permiten que el trabajador identifique que sus esfuerzos son observados y apreciados, generando una respuesta favorable frente al trabajo que realiza sin que necesariamente exista una recompensa económica o un reconocimiento formal (Bellido et al., 2025).

2.2.2. Fundamentación teórica de la variable dependiente Productividad

Definición

La productividad se entiende como la capacidad de desarrollar una tarea, actividad o trabajo empleando la menor cantidad posible de recursos (materiales, tiempo) y generando la

máxima eficiencia generando los mejores resultados. También se puede definir como la relación que existe entre los resultados obtenidos de una actividad versus el tiempo o recurso utilizado para obtenerlo, es decir, que cuanto menor tiempo sea el utilizado obteniendo el resultado deseado, más productiva es la actividad planteada. (Ollague, 2018)

Importancia de la productividad

La productividad es un aspecto clave dentro de las organizaciones ya que permite aprovechar de mejor manera los recursos disponibles para el logro de los objetivos, en ese sentido, no solo se trata de producir más sino de hacerlo de forma eficiente y con calidad, lo cual resulta fundamental en contextos competitivos donde las instituciones buscan mantenerse vigentes y responder a las exigencias del entorno, por ello, una adecuada gestión de la productividad contribuye directamente a mejorar el desempeño organizacional y a generar mayores niveles de competitividad (Morán, 2022).

Asimismo, la productividad cobra especial importancia en áreas vinculadas a la atención y relación con el cliente, como es el caso de la fidelización, donde el desempeño del personal influye directamente en el cumplimiento de objetivos y en la calidad del servicio brindado, en este contexto, un mayor nivel de productividad permite optimizar tiempos de atención, mejorar la experiencia del usuario y fortalecer la relación con los clientes, lo que a su vez impacta en los resultados comerciales de la organización y en su sostenibilidad a largo plazo (Orrego, 2022).

Tipos de productividad

Productividad laboral

La productividad laboral constituye uno de los principales indicadores del desempeño del personal, ya que permite evaluar la relación entre el esfuerzo realizado y los resultados obtenidos, en ese sentido, un trabajador productivo no solo cumple sus funciones, sino que lo hace de manera eficiente y orientada al logro de objetivos, lo cual resulta fundamental en áreas como la fidelización, donde la interacción con el cliente y la capacidad de respuesta influyen directamente en los resultados comerciales (Guerra, 2024).

Productividad del capital

La productividad del capital se enfoca en analizar cómo los recursos económicos, tecnológicos y materiales son utilizados para alcanzar resultados, en este contexto, una adecuada gestión del capital permite maximizar los beneficios y reducir desperdicios, lo cual

contribuye a la sostenibilidad de la organización, además, en entornos competitivos, el uso eficiente de estos recursos se convierte en un factor determinante para mejorar la rentabilidad y fortalecer la posición institucional.

Productividad total de los factores

La productividad total de los factores permite tener una visión más completa del desempeño organizacional, ya que no se limita a un solo recurso, sino que considera la interacción entre todos los elementos involucrados en la producción, en ese sentido, este tipo de productividad resulta clave para identificar mejoras en los procesos, optimizar la combinación de recursos y aumentar la eficiencia global de la organización, especialmente en contextos donde la competitividad depende de la capacidad de adaptación e innovación (Guerra, 2024).

Productividad organizacional

La productividad organizacional abarca el desempeño integral de la institución, incluyendo aspectos como la planificación, la gestión del talento humano, el uso de tecnología y la eficiencia de los procesos internos, en este sentido, una organización productiva es aquella que logra cumplir sus objetivos de manera eficiente y sostenible, generando valor tanto para sus clientes como para la propia institución, lo cual resulta especialmente relevante en áreas estratégicas como la gestión comercial y la fidelización (Guerra, 2024).

2.2.2.1. Bases teóricas de las dimensiones/indicadores de la variable 2

Factores Individuales

Los factores individuales dentro de la productividad comprenden las características propias del trabajador que pueden influir en la forma en que desarrolla sus actividades y alcanza los resultados esperados. En este aspecto se consideran sus conocimientos, capacidades, experiencia y disposición frente a las responsabilidades asignadas, ya que cada persona cuenta con recursos y características diferentes para responder a las exigencias de su puesto (Verdugo et al., 2025).

La experiencia que el trabajador adquiere mientras desarrolla sus funciones puede facilitar la realización de determinadas actividades, especialmente cuando ya conoce los procedimientos y situaciones que suelen presentarse. Por ello, con el paso del tiempo puede desenvolverse con mayor seguridad y encontrar soluciones a dificultades que anteriormente

podían tomarle más tiempo, aunque este proceso no ocurre de la misma forma en todas las personas (Rodríguez et al., 2024).

Las capacidades y habilidades también tienen relación con la productividad, debido a que permiten responder a las exigencias que presenta cada puesto. En este caso, cuando los conocimientos que posee el trabajador guardan relación con las tareas que realiza, puede desarrollar sus funciones con mayor facilidad y responder mejor ante algunas situaciones, mientras que determinadas limitaciones pueden dificultar el cumplimiento de las actividades (Orrego & Valencia, 2022).

La disposición frente al trabajo constituye otro aspecto que puede influir en la manera en que una persona desarrolla sus responsabilidades. Así, cuando existe interés por cumplir adecuadamente con las tareas, el trabajador puede mostrar mayor iniciativa para resolver problemas o buscar alternativas cuando se presenta alguna dificultad, aunque su respuesta también dependerá de la situación y de las condiciones en las que desarrolla sus actividades (Orrego & Valencia, 2022).

Los factores individuales podemos desarrollarlos dentro de 3 puntos Satisfacción, Compromiso y Competencias, los mismos los desarrollaremos a continuación.

- **Satisfacción**

Constituye un factor humano individual que influye directamente en la productividad; la satisfacción representa un estado emocional y afectivo positivo que surge a partir de la percepción subjetiva del colaborador respecto a las funciones que realiza y a las experiencias que vive durante el desarrollo de su trabajo. Asimismo, la satisfacción se encuentra relacionada con las expectativas del trabajador, sus logros, su desempeño y las recompensas o reconocimientos que recibe por parte de la organización. (Pacheco, 2021)

La satisfacción laboral puede comprenderse como una valoración personal que el trabajador construye a partir de las experiencias que tiene mientras desarrolla sus funciones. En este proceso intervienen la manera en que percibe su puesto, las relaciones que establece y aquello que espera encontrar en su trabajo, por lo que no todas las personas experimentan el mismo nivel de satisfacción frente a situaciones similares (Cortez, 2023).

Además, la satisfacción puede estar relacionada con la percepción de que el esfuerzo realizado obtiene una respuesta acorde con las expectativas del trabajador. Cuando una persona considera que sus logros son tomados en cuenta y que existe reconocimiento por el trabajo

desarrollado, puede formarse una valoración más favorable de su experiencia laboral, mientras que la ausencia de estas condiciones puede generar una percepción distinta sobre el puesto y las actividades que realiza (Chunga & Escuza, 2023).

- **Competencias**

Las competencias comprenden el conjunto de capacidades, conocimientos y conductas requeridas para desempeñar de manera eficiente una determinada labor; David McClelland, en 1973, fue uno de los primeros en abordar el tema de las competencias laborales y su evaluación. Desde esta perspectiva, la evaluación de competencias permite que la organización disponga de información relevante para ejecutar un trabajo de calidad, favoreciendo así el incremento de la productividad. (Pacheco 2021)

Desde esta perspectiva, las competencias laborales permiten relacionar la preparación del trabajador con las exigencias de la función que desempeña. Cuando existe correspondencia entre las capacidades de la persona y las actividades que debe realizar, resulta más sencillo responder a las responsabilidades del puesto y enfrentar las dificultades propias de la labor, además, la experiencia adquirida puede contribuir a fortalecer estas capacidades y mejorar progresivamente la forma en que se desarrolla el trabajo (Arteaga & Limo, 2022).

La evaluación de las competencias proporciona información sobre las capacidades que posee el personal y sobre aquellos aspectos que pueden requerir fortalecimiento. A partir de esta información, la organización puede identificar si los trabajadores cuentan con los conocimientos y habilidades necesarios para desarrollar sus funciones, lo cual resulta útil para orientar acciones de capacitación y mejorar determinados aspectos del desempeño, especialmente cuando se busca que el trabajo responda a los resultados esperados (Leal, 2023).

- **Compromiso**

Consiste en que el individuo genera vínculos con la empresa, tanto con su cultura y valores de la misma, estos vínculos pueden ser sentimientos de lealtad, sentido de pertenencia, orgullo o identificación con su cultura. Esto genera una sincronía entre los objetivos del empleado con los de su empresa (Cerquea y Nuñez, 2011)

Asimismo, el compromiso también es entendido como el nivel de identificación e involucramiento que los trabajadores mantienen con la organización. En ese sentido, si un trabajador se siente identificado y comprometido, además brinda un panorama de tener las mejores intenciones dentro de la ejecución de sus actividades, se compromete con el bien común y el cumplimiento de los objetivos organizacionales, forman equipos colaborativos y

permiten estar en constante aprendizaje en los diversos procesos o implementaciones que realice la organización, todo esto permitirá que la organización alcance elevados niveles de rendimiento y, en consecuencia, obtenga una mayor productividad. (Pacheco, 2021)

El compromiso también puede observarse en la manera en que los trabajadores participan con otras personas dentro de la organización, especialmente cuando existe disposición para colaborar y compartir conocimientos durante el desarrollo de las actividades. De igual forma, la participación en nuevos procesos, cambios o implementaciones puede representar una oportunidad para involucrarse de manera más activa en el trabajo, mientras que el aprendizaje obtenido en estas experiencias permite ampliar los conocimientos y responder mejor ante las exigencias que se presentan (Moran & Yambay, 2022).

Factores grupales

Los factores grupales dentro de la productividad están relacionados con la forma en que los trabajadores se vinculan y desarrollan sus actividades cuando deben compartir responsabilidades para alcanzar determinados resultados. En el trabajo diario, la manera en que se relacionan las personas puede facilitar o dificultar el cumplimiento de las tareas, sobre todo cuando existe dependencia entre unas funciones y otras, por lo que la productividad también puede verse influida por la dinámica que se genera dentro del grupo (Bustamante et al., 2022).

La comunicación entre los integrantes permite intercambiar información, coordinar actividades y aclarar situaciones que aparecen durante el desarrollo del trabajo. Cuando existe disposición para comunicar lo necesario y escuchar las opiniones de los demás, se pueden evitar algunas confusiones y avanzar con mayor facilidad en las tareas que requieren participación conjunta, aunque en la práctica la comunicación puede variar según las características de cada grupo y las relaciones que mantienen sus integrantes (Bustamante et al., 2022).

El trabajo en equipo también tiene importancia porque permite distribuir esfuerzos y aprovechar las capacidades de diferentes personas frente a una misma actividad. Así, cuando los integrantes conocen sus responsabilidades y existe colaboración para apoyarse cuando surge alguna dificultad, pueden avanzar hacia los objetivos planteados sin que todo el trabajo recaiga sobre una sola persona, lo cual puede favorecer el cumplimiento de las actividades y mejorar la forma en que se utilizan los recursos disponibles (Galarza et al., 2024).

Por otra parte, las relaciones que se establecen entre los miembros del grupo pueden influir en la disposición con la que se desarrollan las tareas. Un ambiente donde existe respeto, confianza y cierta apertura para brindar apoyo puede facilitar la cooperación, mientras que los

conflictos frecuentes o la falta de coordinación pueden generar dificultades que terminan afectando el desarrollo normal de las actividades, por ello las relaciones grupales forman parte de las condiciones que acompañan el desempeño colectivo (Rojas et al., 2023).

- **Cohesión**

La cohesión refleja el nivel de integración existente entre los miembros de un grupo laboral, quienes articulan sus capacidades y destrezas para fortalecer la motivación colectiva; esta dinámica produce efectos favorables en el rendimiento y consolida el trabajo colaborativo dentro de la entidad. Entre las estrategias que permiten fortalecer la cohesión del equipo se encuentran la reducción del número de integrantes, el fortalecimiento del compromiso con los objetivos comunes, el incremento del tiempo de interacción entre los participantes y la asignación de incentivos dirigidos al grupo en conjunto, más que al desempeño individual (Pacheco, 2021)

La cohesión social permite que los individuos permanezcan unidos y vinculados emocionalmente en la búsqueda y cumplimiento de objetivos compartidos (Cerquea y Nuñez, 2011)

- **Conflicto**

El conflicto es parte del día a día de la organización, se da cuando existe distintas posiciones y estas no están de acuerdo, las mismas se manifiestan en distintos contextos como la relación de un trabajador consigo mismo, entre trabajadores, entre un colaborador y su equipo, así como entre distintos equipos de trabajo. Normalmente, se podría expresar que un conflicto en una organización es negativo, sin embargo, si se analiza desde otros tipos de puntos de vista y perspectivas y se aborda el problema de manera constructiva se podrían descubrir falencias dentro de la organización que en un momento sin conflicto no se visualizarían y no podrían ser solucionadas. Por tanto, si existe conflicto, es probable que no se obtenga la mejor solución a un problema (Pacheco, 2021)

Asimismo, se debe abordar el conflicto naturalmente ya que en las organizaciones sus trabajadores presentan sus propias necesidades e intereses personales diferentes y a esto se sumarian a las necesidades u objetivos que tiene la organización en general, y para llegar a un acuerdo en común es normal que se pase por un proceso dentro del cual pueda generarse algún tipo de conflicto para llegar a un consenso y posterior acuerdo (Pacheco, 2021)

- **Participación**

La participación de los colaboradores se relaciona con su inclusión en la toma de decisiones y con las acciones que desarrolla la organización para considerar sus sugerencias y aportes; ello contribuye a incrementar de manera significativa la satisfacción del personal y su nivel de productividad. (Cerquea y Nuñez, 2011)

La participación permite que los colaboradores se sientan incluidos en la toma de decisiones dentro de la empresa, favoreciendo que puedan alcanzar niveles superiores de satisfacción, como el reconocimiento planteado en la pirámide de Abraham Maslow. La participación debe ser abordada mediante mecanismos y procesos muy bien gestionados por parte de las organizaciones, dentro de estos procesos el colaborador debe sentirse libre de poder compartir sus conocimientos, brindar opiniones, y dar recomendaciones para una buena toma de decisiones. Por tanto, se la organización en la mayoría de casos, debe generar un ambiente de trabajo colaborativo, que fomente la participación y que aborde de manera positiva los errores de sus colaboradores dándoles oportunidad de aprender de ellos. (Pacheco, 2021)

Para generar un ambiente que favorezca la participación, resulta necesario contar con dos componentes principales:

Información compartida: Los equipos de trabajo deben ser eficientes para poder gestionar de forma compartida y tratando de que todo el equipo tenga acceso tener claros los conocimientos o experiencias que estos tienen para ofrecer, esto tendrá un impacto positivo en la toma de decisiones importantes en la organización. Las organizaciones deben fomentar un intercambio de conocimiento dentro de sus equipos de trabajo y premiar a los trabajadores que desinteresadamente los comparten con el fin de tener una cultura enfocada en tener la información de primera mano y que sus equipos no adopten culturas egoístas que reduzcan significativamente el conocimiento en la organización.

Confianza: El equipo de trabajo busca que sus integrantes nunca actúen en su contra, y que los conocimientos compartidos a lo largo del desarrollo de sus actividades serán usados de manera correcta y responsable. Asimismo, las personas buscan mantener un nivel de confianza que les permita apoyarse en los conocimientos, opiniones y habilidades de los demás integrantes de su equipo; cuando perciben que la ayuda brindada por un compañero no resulta adecuada, es probable que dejen de utilizar ese conocimiento, del mismo modo, si consideran que alguien utiliza la información compartida únicamente para beneficio personal y no para el

bienestar del grupo, disminuirá la disposición para aportar ideas, conocimientos y cooperación de manera voluntaria.

Factores organizacionales

Los factores organizacionales comprenden las condiciones y características propias de la organización que pueden influir en la forma en que los trabajadores desarrollan sus actividades. En este aspecto tienen importancia la manera en que se distribuye el trabajo, los recursos que se proporcionan y las orientaciones que se establecen para cumplir las funciones, ya que todo ello forma parte del entorno en el que las personas realizan sus tareas y buscan alcanzar los resultados esperados (Plasencia, 2023).

La organización del trabajo puede facilitar o dificultar el desarrollo de las actividades cuando las responsabilidades no se encuentran bien distribuidas o cuando existen dificultades para coordinar las funciones entre las diferentes áreas. Por ello, contar con una estructura que permita conocer las responsabilidades de cada puesto ayuda a ordenar las actividades y evita, en cierta medida, que se presenten confusiones sobre quién debe realizar determinadas tareas, aunque estas condiciones pueden variar de acuerdo con las características y necesidades de cada organización (Plasencia, 2023).

Los recursos disponibles también forman parte de estos factores porque los trabajadores necesitan contar con herramientas y medios adecuados para desarrollar sus responsabilidades. Cuando existen equipos, materiales, información y sistemas que responden a las necesidades del puesto, resulta más sencillo realizar determinadas actividades y mantener un ritmo de trabajo adecuado, mientras que las limitaciones en estos recursos pueden generar retrasos o dificultades que terminan afectando los resultados obtenidos (Rios et al., 2023).

- **Cultura**

La cultura organizacional constituye uno de los elementos más importantes dentro de los procesos de cambio en una organización, aunque en determinadas situaciones también puede convertirse en una limitación, debido a que funciona como el contexto desde el cual se afrontan las transformaciones organizacionales; en muchas ocasiones, cuando existe una cultura organizacional rígida u homogénea, los cambios propuestos suelen generar rechazo por parte de los colaboradores, quienes incluso pueden justificar su resistencia basándose en las costumbres y prácticas ya establecidas dentro de la empresa.

Sin embargo, la cultura organizacional también puede actuar como un factor favorable para el cambio cuando promueve valores relacionados con la apertura, la innovación, la creatividad y el aprendizaje continuo; además, busca involucrar a los trabajadores en la visión institucional, generando mecanismos que faciliten la comprensión de los objetivos organizacionales y fortaleciendo la percepción de compromiso tanto dentro como fuera de la organización. (Pacheco, 2021)

- **Liderazgo**

El liderazgo se considera como la capacidad de influir en las personas para que participen con disposición y entusiasmo en el logro de objetivos comunes. (Pacheco, 2021)

El liderazgo dentro de una organización se relaciona con la manera en que una persona orienta, acompaña y dirige a los trabajadores para alcanzar determinados objetivos. Además, no se limita solamente a dar instrucciones, ya que también implica escuchar al personal, tomar decisiones y mantener una comunicación que permita conocer las situaciones que se presentan durante el trabajo, por lo que la forma en que se ejerce el liderazgo puede influir en el ambiente y en la manera en que los trabajadores desarrollan sus funciones (Portilla et al., 2023).

Por otra parte, un liderazgo adecuado puede generar mayor confianza entre los integrantes de la organización cuando existe disposición para apoyar y reconocer el trabajo que realizan. Asimismo, cuando los responsables brindan orientación frente a las dificultades y permiten cierta participación en las decisiones relacionadas con las actividades, los trabajadores pueden sentirse más involucrados con sus responsabilidades, aunque la forma de dirigir puede variar según las características de la organización y de las personas que forman parte de ella (Portilla et al., 2023).

Además Pacheco (2021) define tres tipos de liderazgo contemporáneo:

Líder carismático: Este tipo de líder tiene buena visión, es novedoso y en oportunidades está dispuesto a correr riesgos. Tiene sensibilidad en ocasiones con las necesidades de los seguidores

Líder transformacional: Líder que inspira y motiva a sus seguidores, promoviendo que superen sus propios intereses personales en función del cumplimiento de los objetivos de la empresa.

Líderes auténticos: Líder que cuenta con buena comunicación, comparte la información clara, generando confianza entre sus subordinados. Actúa abiertamente en base a sus creencias y valores

- **Clima Organizacional**

El clima organizacional se entiende como el conjunto de percepciones que tiene el trabajador respecto a su entorno laboral, considerando aspectos relacionados con el ambiente físico, las relaciones interpersonales y las normas, procedimientos y políticas establecidas por la organización. (Pacheco, 2021)

El clima organizacional se relaciona con la manera en que los trabajadores perciben el ambiente donde realizan sus actividades y con las experiencias que van teniendo dentro de la organización. Además, esta percepción se forma a partir de situaciones que ocurren en el trabajo diario, como el trato entre compañeros, la comunicación con los superiores y la forma en que se resuelven las dificultades, por lo que cada trabajador puede interpretar de distinta manera el ambiente que existe en su lugar de trabajo (Terrones & Haro, 2024).

El clima organizacional también puede reflejarse en la forma en que las personas desarrollan sus funciones y mantienen sus relaciones durante la jornada. De igual manera, cuando existe respeto, confianza y disposición para colaborar, los trabajadores pueden desenvolverse con mayor tranquilidad y expresar las dificultades que encuentran en sus actividades, mientras que un ambiente donde existen conflictos o poca comunicación puede generar incomodidad y terminar afectando la forma en que se desarrolla el trabajo (Cortez, 2023).

En esa misma línea, se concluye que el clima organizacional comprende un conjunto de atributos percibidos dentro de una empresa, los cuales influyen tanto en el desempeño de los colaboradores como en los resultados alcanzados por la organización (Cerquea y Nuñez, 2011)

2.3. DEFINICIÓN DE CONCEPTOS BÁSICOS

Entorno laboral: Es el conjunto de características presentes dentro de una organización que pueden favorecer o dificultar el desarrollo de las actividades, destacándose aspectos como la comunicación, la colaboración y el desarrollo profesional; además, se encuentra estrechamente relacionado con las políticas, el clima organizacional, la filosofía y la visión de la empresa donde se desenvuelve el individuo (Serrano y Parro, 2015)

Incentivo: Es un estímulo o recompensa el cual genera una motivación a un individuo que puede realizar una acción o lograr un objetivo deseado. Estos incentivos pueden ser económicos (como bonificaciones) o no económicos (como reconocimiento). (Villalobos, 2025)

Beneficios: Es una ventaja que se recibe o se obtiene, y puede ser económico, moral o material. Como un concepto complementario se podría indicar que es la ganancia obtenida de un negocio o inversión, o a la utilidad o el rendimiento positivo de un servicio o producto gestionado. (Pacheco, 2021)

Necesidades: Las necesidades son estados de carencia percibida que impulsan el comportamiento humano, como las define. (Kotler y Armstrong, 2008)

Desempeño: Se refiere a la forma en que una persona desarrolla sus tareas, funciones o responsabilidades dentro de un contexto determinado, ya sea laboral, deportivo o relacionado con cualquier otra actividad. (Villalobos, 2025)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación fue básica; según Contreras (2021), este tipo de estudio también puede denominarse puro, teórico o dogmático, debido a que su finalidad es generar nuevos conocimientos a partir de los ya existentes, en este caso respecto a las variables motivación y productividad.

3.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El nivel de la investigación fue descriptivo–correlacional; según Contreras (2021), este tipo de estudios no solo se limita a describir conceptos, fenómenos o variables, sino que también permite analizar la relación existente entre ellas, por lo que en la presente investigación se examinó la relación entre la motivación y la productividad a partir de distintas bases teóricas. Asimismo, el estudio fue de corte transversal debido a que la información se obtuvo de una muestra específica, en un lugar y periodo determinado.

3.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

De acuerdo con las características de la presente investigación, el estudio correspondió a un diseño no experimental de corte transversal y enfoque cuantitativo; según Nina (2022), el diseño no experimental se caracteriza porque no existe manipulación de las variables, sino que estas son analizadas tal como se presentan en la realidad, asimismo, fue de corte transversal debido a que la información se recolectó en un único periodo de tiempo. A través de esta metodología se buscó determinar el nivel de relación existente entre la motivación y la productividad durante un periodo específico, correspondiente al año 2025.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. Población

La presente investigación la población estuvo constituida por todos los vendedores del área comercial de Parque del Recuerdo. En el año 2025 el área de ventas estuvo conformada por 30 vendedores.

3.4.2. Muestra

Considerando que la población de colaboradores del área comercial consta únicamente de 30 personas, se trabajará con el 100% de la población; por tanto la muestra será censal.

3.5. VARIABLES

3.5.1. Identificación de la variable 1

Variable 1: Motivación

Según Chiavenato (2017), la motivación humana es aquello que impulsa a la persona hacia un comportamiento determinado; este impulso para actuar puede originarse a partir de estímulos externos provenientes del entorno o surgir de procesos internos relacionados con la mente del individuo, por lo que la motivación se encuentra estrechamente vinculada con el sistema cognitivo de cada persona.

Dimensiones propuestas:

- Intrínseca
- Extrínseca

3.5.1.1. Operacionalización de la variable 1

Tabla 1

Operacionalización de la variable Motivación

Variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Motivación	V1.D1: Intrínseca	D1.1. realización personal D1.2. sentido de propósito D1.3. autonomía en el puesto de trabajo	Ordinal 5- Muy de acuerdo. 4- De acuerdo
	V1.D2: Extrínseca	D2.1. Compensación y beneficios D2.2. Condiciones laborales del puesto D2.3. Reconocimiento y valor al trabajador	3- Ni en acuerdo ni en desacuerdo. 2- En desacuerdo. 1- Muy en Desacuerdo

3.5.2. Identificación de la variable 2

Variable 2: Productividad

Según Rivilla y Tayupanda (2014), la productividad es el resultado de un sistema inteligente que permite a las personas en un centro de trabajo, optimizar la aportación de todos los recursos materiales, financieros y tecnológicos" para producir bienes y/o servicios. Esta

definición enfatiza la optimización de recursos como el objetivo principal para lograr un rendimiento eficiente en la producción

Dimensiones propuestas:

- Factores individuales
- Factores grupales
- Factores organizacionales

3.5.2.1. Operacionalización de la variable 2

Tabla 2

Operacionalización de la variable Productividad

Variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Productividad	V2.D1: Factores individuales	D1.1. satisfacción D1.2. competencias D1.3. compromiso	Ordinal 5- Muy de acuerdo.
	V2.D2: Factores grupales	D2.1. Cohesión D2.2. Conflicto D2.3. Participación	4- De acuerdo 3- Ni en acuerdo ni en desacuerdo.
	V2.D3: Factores organizacionales	D3.1. Cultura D3.2. Liderazgo D3.3. Clima organizacional	2- En desacuerdo. 1- Muy en Desacuerdo

3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.6.1. Técnica e instrumento de recolección para la variable 1

Para la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta, la cual, según Contreras (2021), permitió recopilar información de un grupo de personas acerca de sí mismas o sobre un tema específico; como instrumento se utilizó el cuestionario, considerado por el mismo autor como una modalidad de encuesta aplicada de forma escrita y autoadministrada, debido a que fue respondido directamente por los encuestados sin intervención del encuestador. Asimismo, es importante precisar que los instrumentos fueron elaborados por el investigador de acuerdo con las necesidades y objetivos del estudio.

3.6.2. Técnica e instrumento de recolección para la variable 2

Se utilizó la encuesta, según Contreras (2021) la encuesta es una técnica que requiere recopilar la información de un grupo o muestra de personas acerca de si mismos, o con relación a un tema en particular. El instrumento que se utilizará un Cuestionario, según Contreras (2021), el cuestionario corresponde a una modalidad de encuesta aplicada de forma escrita, conocida como cuestionario autoadministrado, debido a que es respondido directamente por el encuestado sin intervención del investigador o encuestador; en ese sentido, este tipo de instrumento será utilizado en la presente investigación. Asimismo, cabe señalar que los cuestionarios serán elaborados por el propio investigador de acuerdo con los objetivos y requerimientos del estudio.

3.7. CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS

3.7.1. Confiabilidad del instrumento 1

La confiabilidad del instrumento 1 se determinó mediante la aplicación del coeficiente Alfa de Cronbach, utilizado para analizar el grado de consistencia interna existente entre los ítems del cuestionario; este procedimiento permite verificar el nivel de homogeneidad de las preguntas respecto a la variable que se pretende medir, razón por la cual es ampliamente empleado en investigaciones con enfoque cuantitativo. Para interpretar los resultados obtenidos se consideró la escala propuesta por George y Mallery (2003), donde se establece que un valor igual o mayor a 0.9 representa una confiabilidad excelente, superior a 0.8 buena, mayor a 0.7 aceptable, por encima de 0.6 cuestionable, superior a 0.5 pobre y menor a 0.5.

Tabla 3

Prueba de confiabilidad del instrumento 1

<i>Estadísticas de fiabilidad</i>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.866	14

De acuerdo a los resultados de la tabla 3, se obtuvo un valor de .0.866 por lo tanto se encuentra en un rango de confiabilidad buena.

3.7.2. Confiabilidad del instrumento 2

Tabla 4

Prueba de confiabilidad del instrumento 2

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,934	19

De acuerdo a los resultados de la tabla 4, se obtuvo un valor de .0.934 por lo tanto se encuentra en un rango de confiabilidad excelente.

3.8. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

3.8.1. Técnicas de análisis estadístico descriptivo

Se utilizaron datos estadísticos, gráficos y tablas para mostrar los resultados obtenidos en la investigación.

3.8.2. Técnicas de análisis estadístico inferencial

Se trabajó con pruebas de normalidad y en base a los resultados obtenidos se definió el instrumento estadístico que permitió medir la correlación de variables y que ante la no existencia de valores atípicos en el histograma (datos normales) se utilizó el coeficiente de correlación de Pearson.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

Para el desarrollo del estudio se llevó a cabo un trabajo de campo orientado a la recolección directa de información del personal de ventas del área comercial, lo que permitió obtener datos pertinentes sobre las variables analizadas en su contexto real

- a. Se coordinó con la organización Parque del Recuerdo – Tacna para obtener la autorización correspondiente y el acceso al personal de ventas
- b. Se identificó a la población de estudio, conformada por 30 trabajadores del área comercial
- c. Se diseñó y validó el instrumento de recolección de datos, considerando las dimensiones e indicadores de las variables motivación y productividad
- d. Se aplicó el cuestionario de manera directa a los trabajadores, procurando condiciones adecuadas para su correcto desarrollo
- e. Se garantizó la confidencialidad de la información proporcionada por los trabajadores
- f. Se realizó la recopilación y revisión de los cuestionarios completados
- g. Se procedió al registro, codificación y procesamiento de los datos para su posterior análisis estadístico.

4.2. ANÁLISIS ESTADÍSTICO DESCRIPTIVO DE LOS RESULTADOS

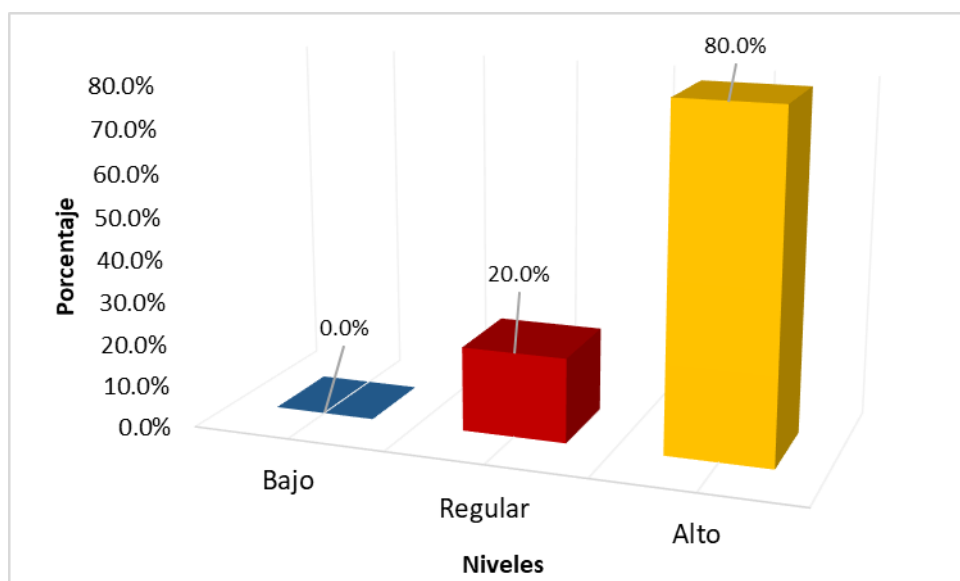
4.2.1. ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LA VARIABLE 1

4.2.1.1. Análisis estadístico de la variable 1

Tabla 5

Niveles de motivación

		F	Porcentaje
Valido	Bajo	0	0,0
	Regular	6	20,0
	Alto	24	80,0
	Total	30	100,0

Figura 1*Niveles de motivación*

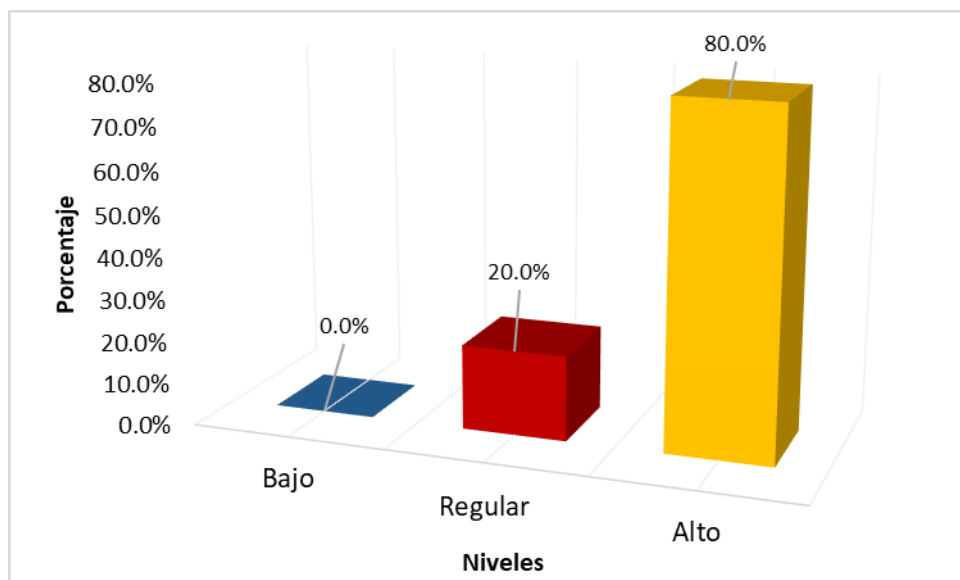
Los resultados muestran que la motivación del personal de ventas se concentra claramente en un nivel alto, alcanzando al 80% de los trabajadores evaluados, mientras que el 20% restante se ubica en un nivel regular y no se presentan casos en nivel bajo, lo que deja ver que, en general, el equipo mantiene una disposición positiva hacia sus funciones y una actitud orientada al cumplimiento de sus actividades dentro del área comercial, algo que suele ser característico en entornos donde el logro de metas forma parte central del trabajo diario, sin embargo, la presencia de un grupo con niveles moderados sugiere que no todos los trabajadores experimentan el mismo grado de involucramiento o satisfacción, lo que podría estar relacionado con diferencias en la percepción de incentivos, condiciones laborales o reconocimiento, aspectos que, aunque no predominan, forman parte del contexto y ayudan a entender por qué la motivación no se distribuye de manera completamente homogénea.

4.2.1.2. Análisis estadístico por dimensión: Motivación intrínseca

Tabla 6*Niveles de motivación intrínseca*

		F	Porcentaje
Valido	Bajo	0	0,0
	Regular	6	20,0
	Alto	24	80,0

Total	30	100,0
-------	----	-------

Figura 2*Niveles de motivación intrínseca*

Los resultados muestran que la dimensión de motivación intrínseca del personal de ventas se concentra mayoritariamente en un nivel alto, alcanzando al 80% de los trabajadores, mientras que el 20% restante se ubica en un nivel regular y no se registran casos en nivel bajo, lo que deja ver que, en la mayoría de los casos, los trabajadores encuentran en su propia actividad elementos que les generan satisfacción o sentido, más allá de factores externos, algo que suele reflejarse en la forma en que asumen sus responsabilidades y mantienen constancia en su desempeño, sin embargo, la presencia de un grupo con niveles moderados sugiere que no todos experimentan el mismo grado de motivación interna, lo que puede estar relacionado con diferencias en la identificación con el trabajo, el interés por las funciones o la valoración personal de los logros alcanzados dentro del área comercial.

Tabla 7*Análisis de la dimensión motivación intrínseca*

Dimensión 1: Motivación intrínseca	Escala	N	%
Me siento emocionado, comprometido y motivado al realizar mis responsabilidades.	MD	0	0,0
	ED	0	0,0
	NaNd	2	6,7
	DA	14	46,7
	MA	14	46,7

	Total	30	100,0
	MD	0	0,0
	ED	0	0,0
El ambiente laboral me genera confianza.	NaNd	8	26,7
	DA	11	36,7
	MA	11	36,7
	Total	30	100,0
	MD	0	0,0
	ED	1	3,3
Creo en la integridad, los valores y la capacidad de los compañeros de trabajo.	NaNd	7	23,3
	DA	15	50,0
	MA	7	23,3
	Total	30	100,0
	MD	0	0,0
	ED	0	0,0
Busco oportunidades de aprendizaje, desarrollo, y me esfuerzo por alcanzar un mejor desempeño y obtener logros.	NaNd	0	0,0
	DA	14	46,7
	MA	16	53,3
	Total	30	100,0
	MD	0	0,0
	ED	1	3,3
Siento seguridad física y emocional en el ambiente laboral.	NaNd	4	13,3
	DA	16	53,3
	MA	9	33,1
	Total	30	100,0
	MD	0	0,0
	ED	0	0,0
Me capacito para ser mejor en mi puesto de trabajo.	NaNd	0	0,0
	DA	14	46,7
	MA	16	53,3
	Total	30	100,0
	MD	1	3,3
	ED	1	3,3
Percibo energía positiva y compañerismo en mi trabajo.	NaNd	10	33,3
	DA	9	30,0
	MA	9	30,0
	Total	30	100,0
	MD	0	0,0
	ED	0	0,0
Priorizo mis metas personales y profesionales.	NaNd	1	3,3
	DA	16	53,3
	MA	13	43,3
	Total	30	100,0
	MD	0	0,0
	ED	0	0,0

Soy dedicado cuando se trata de cumplir el trabajo encargado.	NaNd	0	0,0
	DA	14	46,7
	MA	16	53,3
	Total	30	100,0

Al analizar los ítems que componen la motivación intrínseca, se observa una tendencia bastante consistente hacia valoraciones positivas, especialmente en aspectos vinculados al compromiso personal, la dedicación al trabajo y la búsqueda de mejora continua, donde la mayoría de los trabajadores manifiesta estar de acuerdo o muy de acuerdo con afirmaciones relacionadas con su involucramiento en las tareas, el cumplimiento de responsabilidades y el interés por alcanzar mejores resultados, lo que deja ver que existe una disposición interna que va más allá de lo estrictamente laboral y se relaciona con la forma en que cada trabajador asume su rol dentro del área comercial.

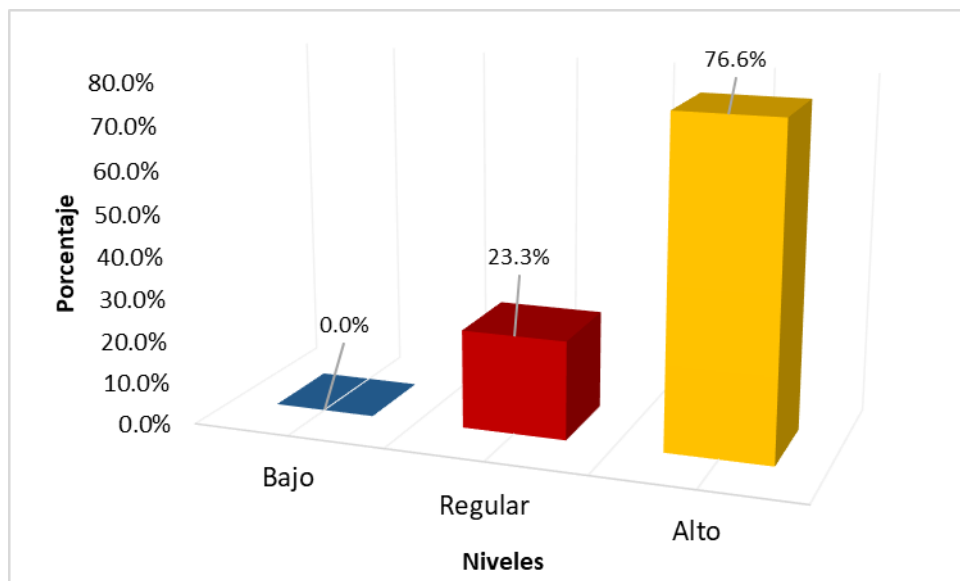
Al mismo tiempo, elementos como la seguridad emocional, la confianza en el entorno y la percepción de compañerismo también muestran valoraciones favorables, aunque con una ligera presencia de respuestas intermedias en algunos casos, lo que sugiere que, si bien el clima interno es en general positivo, no todos los trabajadores lo experimentan de la misma manera, apareciendo pequeñas diferencias en cómo se perciben las relaciones y el ambiente de trabajo. Por otro lado, aspectos relacionados con la energía positiva y el compañerismo presentan una distribución más equilibrada entre respuestas favorables y neutrales, lo que podría indicar que estos elementos, aunque presentes, no se manifiestan con la misma intensidad en todo el equipo, dejando entrever que la motivación intrínseca no solo depende de factores individuales, sino también de dinámicas grupales que no siempre se consolidan de forma homogénea.

4.2.1.3. Análisis estadístico por dimensión: Motivación extrínseca

Tabla 8

Niveles de motivación extrínseca

		F	Porcentaje
Valido	Bajo	0	0,0
	Regular	7	23,3
	Alto	23	76,7
	Total	30	100,0

Figura 3*Niveles de motivación extrínseca*

Los resultados muestran que la dimensión de motivación extrínseca del personal de ventas se concentra principalmente en un nivel alto, alcanzando al 76,7% de los trabajadores, mientras que el 23,3% se ubica en un nivel regular y no se registran casos en nivel bajo, lo que deja ver que los factores externos vinculados al trabajo, como los incentivos, reconocimientos o condiciones laborales, forman parte del contexto en el que se desarrolla el desempeño del equipo, ya que la mayoría percibe estos elementos de manera favorable, sin embargo, la presencia de un grupo con niveles moderados sugiere que estos factores no son percibidos con la misma intensidad por todos los trabajadores, lo que podría estar relacionado con diferencias en las expectativas individuales o en la forma en que se valoran los beneficios ofrecidos dentro del área comercial, dejando entrever que, aunque la motivación extrínseca es predominante, no se manifiesta de manera completamente uniforme en todo el personal.

Tabla 9*Análisis de la dimensión motivación extrínseca*

Dimensión 2: Motivación extrínseca	Escala	N	%
El salario, bonificaciones, beneficios económicos adicionales son los adecuados.	MD	0	0,0
	ED	3	10,0
	NaNd	4	13,3
	DA	12	40,0
	MA	11	36,7
	Total	30	100,0

Recibo los implementos necesarios para realizar las funciones adecuadamente.	MD	0	0,0
	ED	2	6,7
	NaNd	3	10,0
	DA	17	56,7
	MA	8	26,7
	Total	30	100,0
Laboro en un ambiente seguro, libre de riesgos para la salud y la integridad personal.	MD	0	0,0
	ED	1	3,3
	NaNd	3	10,0
	DA	16	53,3
	MA	10	33,3
	Total	30	100,0
Existe una sensación de estabilidad y protección en la institución.	MD	0	0,0
	ED	0	0,0
	NaNd	4	13,3
	DA	14	46,7
	MA	12	40,0
	Total	30	100,0
Existe bienestar económico y una percepción de equidad en relación con el valor de mi trabajo.	MD	0	0,0
	ED	2	6,7
	NaNd	4	13,3
	DA	14	46,7
	MA	10	33,3
	Total	30	100,0

Al analizar los ítems que componen la motivación extrínseca, se observa una tendencia mayoritaria hacia valoraciones favorables en aspectos vinculados a las condiciones externas del trabajo, especialmente en lo relacionado con la disponibilidad de recursos, el ambiente laboral y la percepción de estabilidad dentro de la institución, donde la mayoría de los trabajadores manifiesta estar de acuerdo o muy de acuerdo, lo que deja ver que estos elementos forman parte de un entorno que acompaña el desarrollo de las actividades comerciales.

En el caso de los beneficios económicos, si bien predominan las valoraciones positivas, también se aprecia una presencia más marcada de respuestas intermedias e incluso algunas en desacuerdo, lo que sugiere que este aspecto no es percibido de manera completamente homogénea y que existen diferencias en la forma en que los trabajadores valoran la relación entre su esfuerzo y la compensación recibida. Por otro lado, aspectos como la disponibilidad de implementos de trabajo y las condiciones de seguridad presentan una percepción más consistente hacia lo favorable, lo que indica que, en general, el personal cuenta con condiciones básicas que le permiten desarrollar sus funciones sin mayores limitaciones, mientras que la

percepción de estabilidad y protección dentro de la institución también muestra una tendencia positiva, aunque con cierta presencia de respuestas neutras que dejan entrever que este sentimiento no es totalmente uniforme en todo el equipo.

4.2.1.4. Análisis de resumen general

Tabla 10

Resumen general de la variable Motivación

Motivación		F	Porcentaje
Motivación intrínseca	Bajo	0	0,0
	Medio	6	20,0
	Alto	24	80,0
	Total	30	100,0
Motivación extrínseca	Bajo	0	0,0
	Medio	7	23,3
	Alto	23	76,7
	Total	30	100,0

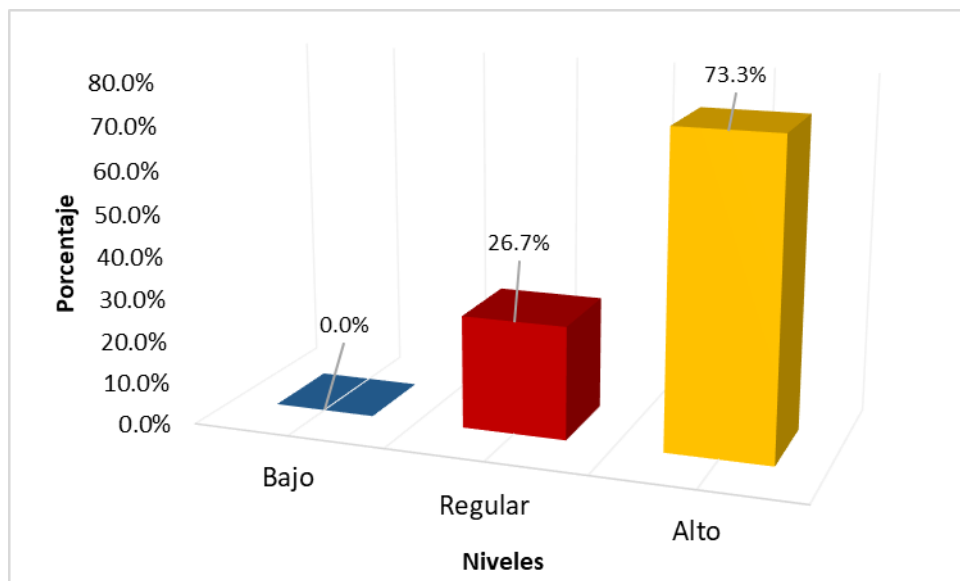
4.2.2. ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LA VARIABLE 2

4.2.2.1. Análisis estadístico de la variable 2

Tabla 11

Niveles de satisfacción

		F	Porcentaje
Valido	Bajo	0	0,0
	Regular	8	26,7
	Alto	22	73,3
	Total	30	100,0

Figura 4*Niveles de satisfacción*

Los resultados muestran que la satisfacción del personal de ventas se concentra principalmente en un nivel alto, alcanzando al 73,3% de los trabajadores, mientras que el 26,7% se ubica en un nivel regular y no se registran casos en nivel bajo, lo que deja ver que, en general, los trabajadores mantienen una percepción favorable respecto a su experiencia dentro del área comercial, algo que suele reflejarse en la forma en que valoran sus condiciones de trabajo, sus logros y su permanencia en la organización, sin embargo, la presencia de un grupo con niveles moderados sugiere que esta satisfacción no se manifiesta de manera completamente homogénea, lo que podría estar relacionado con diferencias en expectativas personales, condiciones específicas del puesto o experiencias individuales dentro del entorno laboral, permitiendo entender que, aunque la tendencia es positiva, aún existen matices en la forma en que se percibe la satisfacción en el equipo.

4.2.2.2. Análisis estadístico por dimensión: Factores individuales

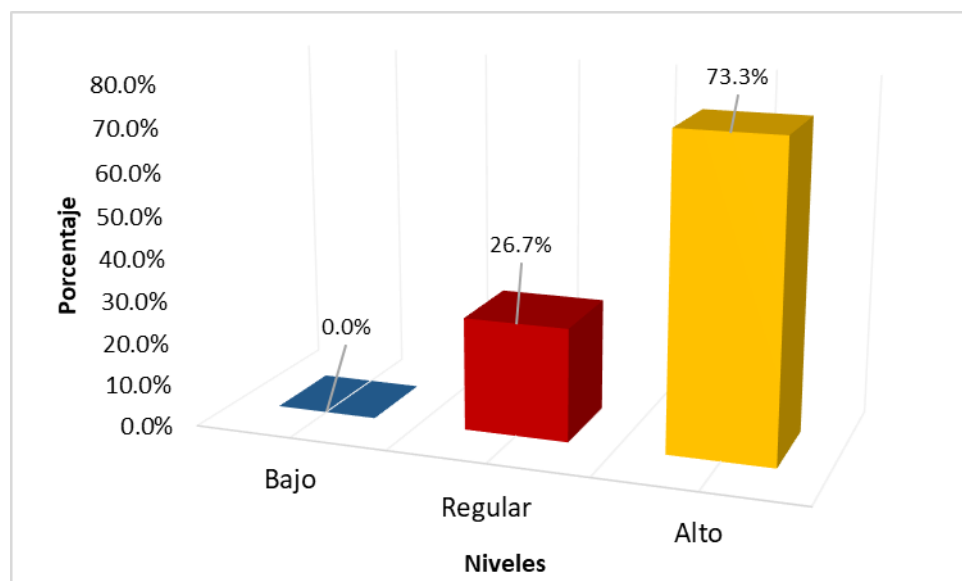
Tabla 12*Niveles de factor individuales*

		F	Porcentaje
Valido	Bajo	0	0,0
	Regular	8	26,7
	Alto	22	73,3

Total	30	100,0
-------	----	-------

Figura 5

Niveles de factor individuales



Los resultados muestran que la dimensión factores individuales del personal de ventas se concentran principalmente en un nivel alto, alcanzando al 73,3% de los trabajadores, mientras que el 26,7% se ubica en un nivel regular y no se registran casos en nivel bajo, lo que deja ver que, en general, los trabajadores presentan condiciones personales favorables para el desarrollo de sus funciones, como la disposición al trabajo, la responsabilidad y la actitud frente a sus actividades dentro del área comercial, sin embargo, la presencia de un grupo con niveles moderados sugiere que estas características no se manifiestan con la misma intensidad en todo el equipo, lo que podría estar asociado a diferencias en la motivación personal, experiencia o nivel de compromiso individual, permitiendo entender que, aunque la tendencia es positiva, existen matices en la forma en que cada trabajador afronta sus responsabilidades.

Tabla 13

Análisis de la dimensión factor individuales

Dimensión 1: Factores individuales	Escala	N	%
Los vendedores se sienten autorrealizados al realizar sus funciones.	MD	0	0,0
	ED	1	3,3
	NaNd	6	20,0
	DA	15	50,0
	MA	8	26,7
	Total	30	100,0

La retribución monetaria está acorde a lo que marca el mercado.	MD	0	0,0
	ED	2	6,7
	NaNd	7	23,3
	DA	14	46,7
	MA	7	23,3
	Total	30	100,0
La empresa promueve el balance entre la vida personal y laboral del colaborador.	MD	0	0,0
	ED	4	13,3
	NaNd	9	30,0
	DA	14	46,7
	MA	3	10,0
	Total	30	100,0
Los colaboradores cuentan con las capacidades y competencias para realizar su trabajo correctamente.	MD	0	0,0
	ED	1	3,3
	NaNd	2	6,7
	DA	21	70,0
	MA	6	20,0
	Total	30	100,0
La empresa se preocupa por tener al personal formado y capacitado para su puesto de trabajo.	MD	0	0,0
	ED	0	0,0
	NaNd	3	10,0
	DA	14	46,7
	MA	13	43,3
	Total	30	100,0
Considera que los colaboradores de la organización han desarrollado nuevas habilidades a lo largo de su permanencia.	MD	0	0,0
	ED	0	0,0
	NaNd	2	6,7
	DA	17	56,7
	MA	11	36,7
	Total	30	100,0
La organización se preocupa por generar lazos entre los colaboradores.	MD	0	0,0
	ED	2	6,7
	NaNd	5	16,7
	DA	18	60,0
	MA	5	16,7
	Total	30	100,0
La organización refleja que el colaborador es su activo más importantes.	MD	0	0,0
	ED	1	3,3
	NaNd	7	23,3
	DA	15	50,0
	MA	7	23,3
	Total	30	100,0

Al analizar los ítems que componen la dimensión de factores individuales, se observa una tendencia general hacia valoraciones favorables, especialmente en aspectos vinculados al desempeño personal, las capacidades y el desarrollo dentro del trabajo, donde la mayoría de los trabajadores manifiesta estar de acuerdo o muy de acuerdo con afirmaciones relacionadas con sus competencias, su formación y su capacidad para cumplir adecuadamente sus funciones, lo que deja ver que existe una base individual sólida que respalda el desarrollo de las actividades dentro del área comercial.

En lo que respecta a la autorrealización y la percepción de la retribución monetaria, también predominan las valoraciones positivas, aunque con una presencia más notoria de respuestas intermedias, lo que sugiere que estos aspectos no son percibidos de manera completamente homogénea y que existen diferencias en la forma en que los trabajadores valoran su crecimiento personal y la correspondencia entre su trabajo y la compensación recibida.

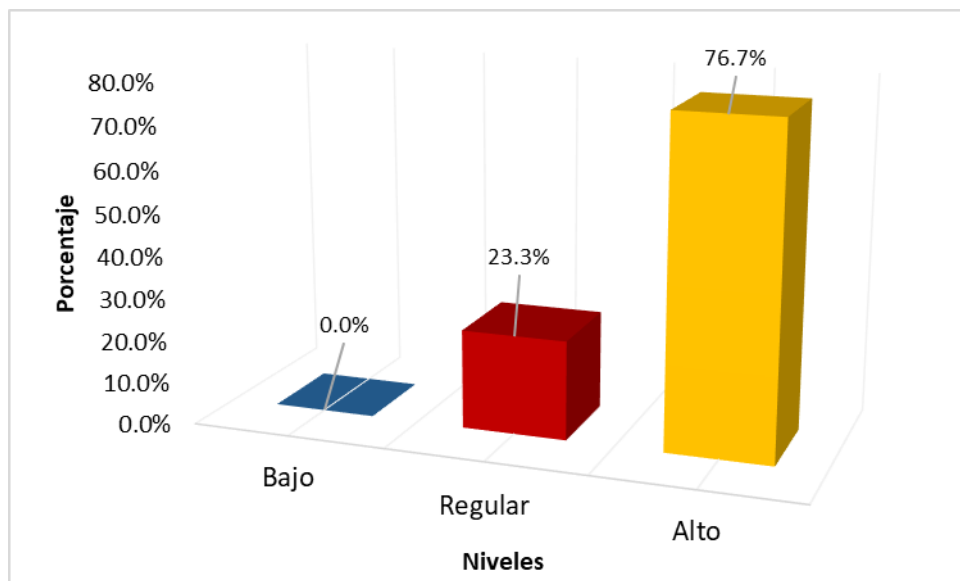
Por otro lado, elementos relacionados con el balance entre la vida personal y laboral presentan una distribución más equilibrada entre respuestas favorables y neutrales, lo que deja entrever que este aspecto no se encuentra completamente consolidado en todos los casos y que algunos trabajadores podrían experimentar ciertas limitaciones para equilibrar ambas esferas. Asimismo, los resultados muestran valoraciones positivas en cuanto al desarrollo de habilidades a lo largo del tiempo, la capacitación brindada por la organización y las relaciones entre compañeros, lo que sugiere que existen condiciones que favorecen el crecimiento y la interacción dentro del equipo, aunque con algunos matices en la percepción de estos elementos.

4.2.2.3. Análisis estadístico por dimensión: Factores grupales

Tabla 14

Niveles de factores grupales

		F	Porcentaje
Valido	Bajo	0	0,0
	Regular	7	23,3
	Alto	23	76,7
	Total	30	100,0

Figura 6*Niveles de factores grupales*

Los resultados muestran que los factores grupales del personal de ventas se concentran principalmente en un nivel alto, alcanzando al 76,7% de los trabajadores, mientras que el 23,3% se ubica en un nivel regular y no se registran casos en nivel bajo, lo que deja ver que, en general, las dinámicas de trabajo en equipo, la interacción entre compañeros y la forma en que se desarrollan las relaciones dentro del área comercial tienden a ser favorables, lo que suele reflejarse en un entorno donde la coordinación y el apoyo mutuo acompañan el cumplimiento de las actividades, sin embargo, la presencia de un grupo con niveles moderados sugiere que estas dinámicas no se manifiestan con la misma intensidad en todos los casos, lo que podría estar relacionado con diferencias en la integración del equipo o en la forma en que cada trabajador percibe el ambiente grupal, permitiendo entender que, aunque la tendencia es positiva, existen matices en la experiencia colectiva dentro del área.

Tabla 15*Análisis de la dimensión factores grupales*

Dimensión 2: Factores grupales	Escala	N	%
La organización genera días de integración o confraternidad entre los colaboradores.	MD	1	3,3
	ED	1	3,3
	NaNd	5	16,7
	DA	17	56,7
	MA	6	20,0
	Total	30	100,0

Los vendedores sienten el apoyo de su Jefe inmediato y compañeros de trabajo.	MD	0	0,0
	ED	0	0,0
	NaNd	4	13,3
	DA	18	60,0
	MA	8	26,7
	Total	30	100,0
Los conflictos son abordados de manera asertiva y como oportunidad de aprendizaje dentro de la organización.	MD	0	0,0
	ED	2	6,7
	NaNd	5	16,7
	DA	18	60,0
	MA	5	16,7
	Total	30	100,0
La organización crea ambientes innovadores, espontáneos y fuera de prejuicios.	MD	0	0,0
	ED	3	10,0
	NaNd	3	10,0
	DA	17	56,7
	MA	7	23,3
	Total	30	100,0
La organización genera ambientes de reconocimiento y confianza entre todos los colaboradores.	MD	0	0,0
	ED	0	0,0
	NaNd	3	10,0
	DA	19	63,3
	MA	8	26,7
	Total	30	100,0

Al analizar los ítems que componen la dimensión de factores grupales, se observa una tendencia general hacia valoraciones favorables en aspectos vinculados a la interacción, el apoyo y la convivencia dentro del equipo de trabajo, donde la mayoría de los trabajadores manifiesta estar de acuerdo o muy de acuerdo con afirmaciones relacionadas con el respaldo de sus compañeros y jefes inmediatos, así como con la generación de espacios de confianza y reconocimiento, lo que deja ver que las relaciones interpersonales dentro del área comercial tienden a desarrollarse en un entorno que facilita la coordinación y el trabajo conjunto.

En relación con las actividades de integración, también predominan las valoraciones positivas, aunque con una presencia más notoria de respuestas intermedias, lo que sugiere que este tipo de iniciativas no se perciben con la misma intensidad por todos los trabajadores y que su alcance podría variar dentro del equipo.

Por otro lado, los resultados muestran que la gestión de conflictos es valorada de manera mayoritariamente favorable, lo que deja entrever que las situaciones problemáticas son abordadas de forma que permite su manejo y, en algunos casos, su aprovechamiento como parte

del aprendizaje organizacional, aunque la presencia de algunas respuestas en desacuerdo indica que este aspecto aún presenta ciertos matices. Asimismo, la percepción sobre la generación de ambientes innovadores y libres de prejuicios presenta una tendencia positiva, aunque con cierta variabilidad en las respuestas, lo que sugiere que estos espacios existen, pero no necesariamente se consolidan de manera uniforme en todos los casos.

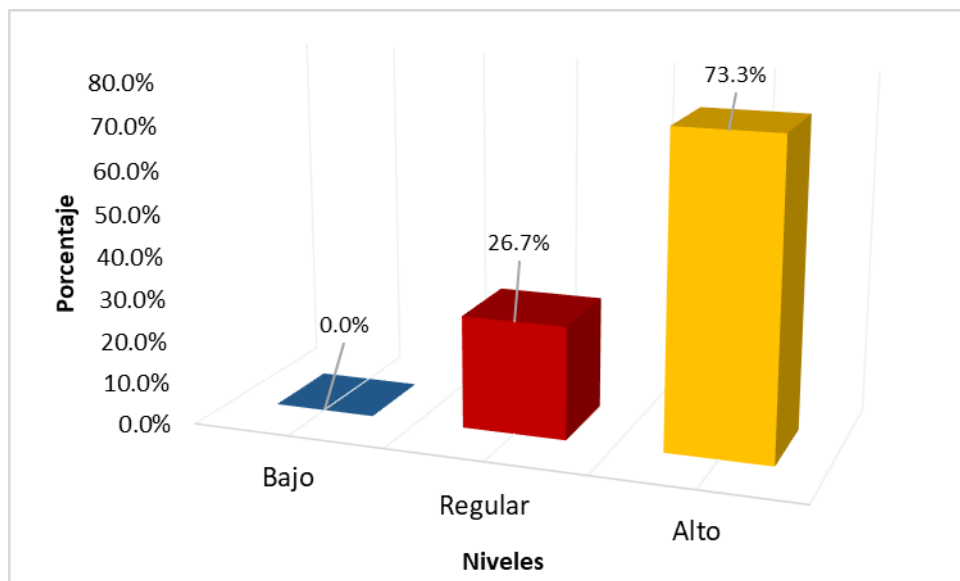
4.2.2.4. Análisis estadístico por dimensión: Factores organizacionales

Los resultados obtenidos en la Tabla 8 revelan una percepción predominantemente positiva sobre las estrategias de Social Media Marketing implementadas por el gimnasio Van Fitness, destacando que la mitad de los miembros encuestados (50,0%) califica estas acciones en un nivel alto. Este hallazgo es sumamente valioso, pues sugiere que la marca ha logrado conectar de manera efectiva con su comunidad a través de los canales digitales, humanizando la relación más allá del entrenamiento físico.

Tabla 16

Niveles de factores organizacionales

		F	Porcentaje
Valido	Bajo	0	0,0
	Regular	8	26,7
	Alto	22	73,3
	Total	30	100,0

Figura 7*Niveles de factores organizacionales*

Los resultados muestran que los factores organizacionales del personal de ventas se concentran principalmente en un nivel alto, alcanzando al 73,3% de los trabajadores, mientras que el 26,7% se ubica en un nivel regular y no se registran casos en nivel bajo, lo que deja ver que, en general, las condiciones estructurales de la organización, como las políticas internas, la gestión administrativa y el entorno institucional, son percibidas de manera favorable por la mayoría del personal, lo que suele reflejarse en una base organizativa que acompaña el desarrollo de las actividades dentro del área comercial, sin embargo, la presencia de un grupo con niveles moderados sugiere que estos elementos no se experimentan de forma completamente uniforme, lo que podría estar relacionado con diferencias en la forma en que los trabajadores perciben la gestión interna o el soporte institucional, permitiendo entender que, aunque la tendencia es positiva, existen matices en la manera en que se valoran los factores organizacionales.

Tabla 17*Análisis de la dimensión factores organizacionales*

Dimensión 3: Factores organizacionales	Escala	N	%
Los colaboradores se sienten cómodos en su lugar de trabajo.	MD	0	0,0
	ED	0	0,0
	NaNd	6	20,0
	DA	17	56,7
	MA	7	23,3

	Total	30	100,0
La misión, visión y valores de la organización van acorde con los de los colaboradores.	MD	0	0,0
	ED	0	0,0
	NaNd	5	16,7
	DA	17	56,7
	MA	8	26,7
	Total	30	100,0
La cultura organizacional es abierta a cambios y mejoras.	MD	0	0,0
	ED	1	3,3
	NaNd	4	13,3
	DA	18	60,0
	MA	7	23,3
	Total	30	100,0
Los jefes directos crean ambientes de trabajo colaborativos entre los trabajadores.	MD	0	0,0
	ED	1	3,3
	NaNd	3	10,0
	DA	16	53,3
	MA	10	33,3
	Total	30	100,0
Los líderes orientan a sus equipos a un objetivo en común.	MD	0	0,0
	ED	0	0,0
	NaNd	4	13,3
	DA	14	46,7
	MA	12	40,0
	Total	30	100,0
Los colaboradores se sienten cómodos con el clima organizacional de la empresa.	MD	0	0,0
	ED	1	3,3
	NaNd	7	23,3
	DA	13	43,3
	MA	9	30,0
	Total	30	100,0

Al analizar los ítems que componen la dimensión de factores organizacionales, se observa una tendencia general hacia valoraciones favorables en aspectos vinculados al entorno institucional, la cultura organizacional y el liderazgo dentro del área comercial, donde la mayoría de los trabajadores manifiesta estar de acuerdo o muy de acuerdo con afirmaciones relacionadas con la comodidad en el lugar de trabajo, la coherencia entre los valores organizacionales y los del personal, así como la orientación de los líderes hacia objetivos comunes, lo que deja ver que existe una base organizativa que facilita el desarrollo de las actividades laborales.

En lo que respecta a la cultura organizacional y su apertura a cambios, también predominan las valoraciones positivas, lo que sugiere que los trabajadores perciben un entorno que permite cierta adaptación y mejora continua, aunque la presencia de respuestas intermedias indica que esta percepción no es completamente homogénea en todos los casos. Por otro lado, los resultados muestran que los estilos de liderazgo, especialmente en lo relacionado con la generación de ambientes colaborativos y la orientación de los equipos, son valorados de manera favorable, lo que deja entrever que los jefes directos cumplen un rol importante en la dinámica del trabajo diario, aunque con algunos matices que reflejan diferencias en la experiencia de los trabajadores.

Asimismo, la percepción del clima organizacional presenta una tendencia positiva, aunque con una distribución más equilibrada entre respuestas favorables y neutrales, lo que sugiere que, si bien el ambiente es percibido como adecuado por una parte importante del personal, no todos lo experimentan de la misma manera.

4.2.2.5. Análisis de resumen general

Tabla 18

Resumen general de la variable Productividad

Productividad			
		Frecuencia	Porcentaje
Factores individuales	Bajo	0	0,0
	Medio	8	26,7
	Alto	22	73,3
	Total	30	100,0
Factores grupales	Bajo	0	0,0
	Medio	7	23,3
	Alto	23	76,7
	Total	30	100,0
Factores organizacionales	Bajo	0	0,0
	Medio	8	26,7
	Alto	22	73,3
	Total	30	100,0

4.3. PRUEBAS ESTADÍSTICAS

4.3.1. PRUEBA DE NORMALIDAD

4.3.1.1. Prueba de normalidad de la variable 1

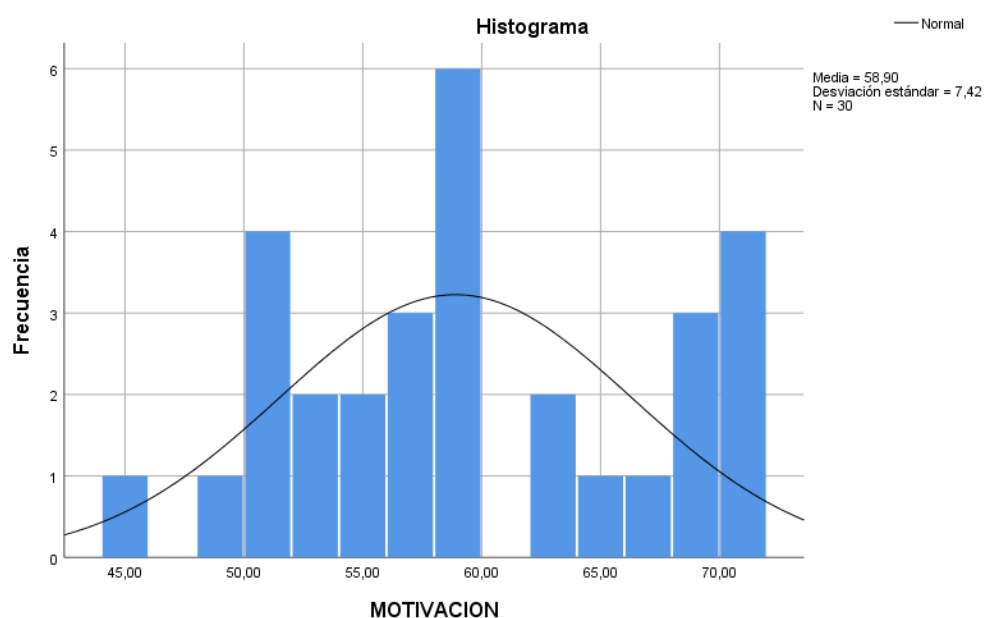
Tabla 19

Prueba de normalidad de la variable Motivación

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
MOTIVACION	,943	30	,108

Figura 8

Histograma de normalidad de la variable motivación



Los resultados de la prueba de normalidad para la variable motivación, obtenidos a partir de 30 trabajadores del área comercial, muestran que el valor de significancia en Shapiro-Wilk es 0,108, , este valor es mayor a 0,05, lo que confirma que los datos presentan una distribución normal, algo que también se observa en el histograma. En ese sentido, se utilizó el estadístico de correlación de Pearson, dado que este mide la fuerza y dirección de la relación lineal entre dos variables cuantitativas continuas; ; además que aprovecha mejor la información de los datos numéricos que las pruebas no paramétricas, otorgándole a esta evaluación mayor potencia estadística.

4.3.1.2. Prueba de normalidad de la variable 2

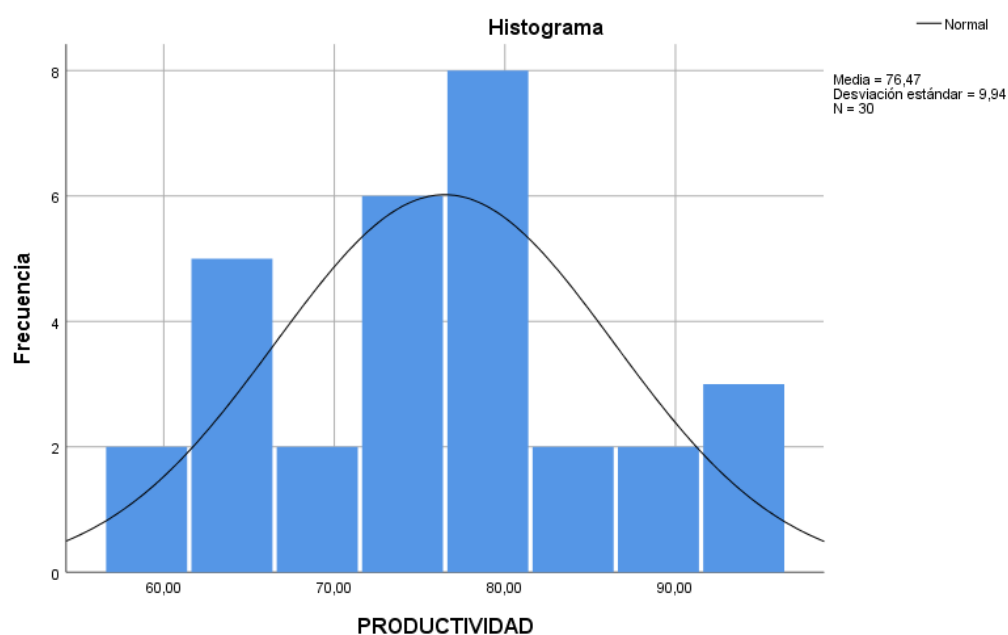
Tabla 20

Prueba de normalidad de la variable Productividad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
PRODUCTIVIDAD	,961	30	,324

Figura 9

Histograma de normalidad de la variable productividad



Los resultados de la prueba de normalidad para la variable productividad, obtenidos a partir de 30 trabajadores del área comercial, muestran que el valor de significancia en Shapiro-Wilk es 0,324, este valor es mayor a 0,05, lo que confirma que los datos presentan una distribución normal, algo que también se observa en el histograma. En ese sentido, se utilizó el estadístico de correlación de Pearson, dado que este mide la fuerza y dirección de la relación lineal entre dos variables cuantitativas continuas; además que aprovecha mejor la información de los datos numéricos que las pruebas no paramétricas, otorgándole a esta evaluación mayor potencia estadística.

4.4. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

4.4.1. Verificación de hipótesis específicas

4.4.1.1. Verificación de primera hipótesis específica

H1: Existe una relación significativa entre la motivación extrínseca y la productividad del personal de ventas del área comercial de Parque del recuerdo en el año 2025.

Ho: No existe una relación significativa entre la motivación extrínseca y la productividad del personal de ventas del área comercial de Parque del recuerdo en el año 2025.

Nivel de significancia

Nivel de significancia de $\alpha = 0,05$ y un grado de confiabilidad de 95%.

Tipo de prueba estadística

Prueba de correlación de Pearson

Regla de decisión

Si el valor sig. $< 0,05$ entonces se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

Si el valor sig. $> 0,05$ entonces se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna.

Tabla 21

Prueba de correlación estadística para la hipótesis específica 1

		Productividad
Motivación extrínseca	Correlación de Pearson	,843**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	30

Los resultados muestran una correlación positiva alta entre la motivación extrínseca y la productividad del personal de ventas, con un coeficiente de 0,843, lo que deja ver que los estímulos externos como incentivos económicos, reconocimientos o condiciones laborales están asociados con el rendimiento de los trabajadores, ya que cuando estos factores son

percibidos de forma favorable, el personal tiende a presentar un mayor nivel de cumplimiento de metas y desempeño comercial, además el valor de significancia ($p = 0,000$) confirma que esta relación tiene sustento estadístico, lo que permite afirmar que los elementos externos forman parte del contexto en el que se desarrolla la productividad en el área de ventas.

4.4.1.2. Verificación de segunda hipótesis específica

H1: Existe una relación significativa entre la motivación intrínseca y la productividad del personal de ventas del área comercial de Parque del recuerdo en el año 2025.

Ho: No existe una relación significativa entre la motivación intrínseca y la productividad del personal de ventas del área comercial de Parque del recuerdo en el año 2025.

Nivel de significancia

Nivel de significancia de $\alpha = 0,05$ y un grado de confiabilidad de 95%.

Tipo de prueba estadística

Prueba de correlación de Pearson

Regla de decisión

Si el valor sig. $< 0,05$ entonces se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

Si el valor sig. $> 0,05$ entonces se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna.

Tabla 22

Prueba de correlación estadística para la hipótesis específica 2

		Motivación intrínseca
Productividad	Correlación de Pearson	,859**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	30

Los resultados muestran una correlación positiva alta entre la motivación intrínseca y la productividad del personal de ventas, con un coeficiente de 0,859, lo que deja ver que cuando

los trabajadores encuentran satisfacción en su propio desempeño, se sienten comprometidos con lo que hacen o perciben sentido en sus actividades, su rendimiento tiende a mejorar de manera notable dentro del área comercial, además el nivel de significancia obtenido ($p = 0,000$) confirma que esta relación no responde al azar, lo que refuerza la idea de que los factores internos, más allá de los incentivos externos, tienen un peso importante en la forma en que el personal alcanza sus metas y mantiene su nivel de productividad.

4.4.2. Verificación de hipótesis general

H1: Existe una relación significativa entre la motivación y la productividad del personal de ventas del área comercial de Parque del recuerdo en el año 2025.

H0: No existe una relación significativa entre la motivación y la productividad del personal de ventas del área comercial de Parque del recuerdo en el año 2025.

Nivel de significancia

Nivel de significancia de $\alpha = 0,05$ y un grado de confiabilidad de 95%.

Tipo de prueba estadística

Prueba de correlación de Pearson

Regla de decisión

Si el valor sig. $< 0,05$ entonces se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

Si el valor sig. $> 0,05$ entonces se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna.

Tabla 23

Prueba de correlación estadística para la hipótesis general

		Productividad
Motivación	Correlación de Pearson	,888**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	30

Los resultados muestran una correlación positiva alta entre la motivación y la productividad del personal de ventas, con un coeficiente de 0,888, lo que deja ver que ambas variables se mueven en la misma dirección de manera bastante marcada, es decir, cuando los niveles de motivación aumentan, el rendimiento en términos de productividad también tiende a incrementarse dentro del área comercial, además el nivel de significancia obtenido ($p = 0,000$) confirma que esta relación no es producto del azar, sino que tiene sustento estadístico, lo que refuerza la idea de que la motivación cumple un papel importante en el desempeño del personal, sobre todo en contextos de ventas donde el cumplimiento de metas y la presión por resultados forman parte del trabajo diario.

DISCUSIÓN

El análisis de los resultados se orientó a interpretar los hallazgos obtenidos en función del objetivo de determinar la relación entre la motivación y la productividad del personal de ventas del área comercial de Parque del Recuerdo en Tacna durante el año 2025, considerando las dimensiones intrínseca y extrínseca para comprender su asociación con el desempeño laboral, el desarrollo del estudio respondió a la necesidad de contar con evidencia que permitiera entender el comportamiento del personal en un entorno donde la productividad constituye un indicador clave, aportando información útil para la gestión del talento humano, sin embargo, se presentaron limitaciones relacionadas con el tamaño de la muestra y el carácter transversal de la investigación, lo que restringió la generalización de los resultados y su análisis en diferentes periodos, además de no considerar el control de variables externas que podrían estar vinculadas con la productividad dentro del contexto evaluado.

La discusión de los resultados se desarrolló considerando las hipótesis formuladas en la investigación con la finalidad de interpretar el comportamiento de la motivación y su relación con la productividad del personal de ventas del área comercial de Parque del Recuerdo en Tacna durante el año 2025, tomando en cuenta además las dimensiones motivación extrínseca y motivación intrínseca como componentes importantes dentro del desempeño laboral observado en el personal evaluado. El análisis realizado permitió comprender cómo determinadas condiciones relacionadas con el entorno laboral y con la disposición interna de los trabajadores se vinculan con la productividad desarrollada dentro del área comercial, especialmente en un contexto donde el cumplimiento de metas, la interacción constante con clientes y la presión por resultados forman parte de las actividades cotidianas del personal de ventas.

Asimismo, el estudio permitió obtener evidencia que contribuye a comprender el comportamiento del talento humano dentro de organizaciones orientadas al cumplimiento de objetivos comerciales, aunque también se reconocen limitaciones relacionadas con el tamaño de la muestra y el carácter transversal de la investigación, aspectos que restringen el análisis de las variables en distintos periodos o contextos organizacionales diferentes.

En relación con la hipótesis general, los resultados obtenidos permitieron determinar que existe una relación significativa entre la motivación y la productividad del personal de ventas del área comercial de Parque del Recuerdo, evidenciándose un coeficiente de correlación de Pearson de 0.888 y un nivel de significancia de 0.000, resultado que muestra una asociación positiva alta entre ambas variables. En cuanto a los resultados descriptivos, la

motivación presentó predominancia en nivel alto con un 80%, mientras que la productividad también mostró niveles favorables dentro de las dimensiones evaluadas, situación que refleja correspondencia entre el comportamiento motivacional del trabajador y su desempeño laboral dentro del entorno comercial estudiado.

Este comportamiento evidencia que el rendimiento del personal no depende únicamente de aspectos técnicos relacionados con las funciones desempeñadas, sino también de elementos vinculados con el interés, compromiso y disposición que el trabajador mantiene frente a sus actividades diarias, especialmente dentro de un contexto donde el cumplimiento de metas comerciales exige constancia, interacción permanente y capacidad de respuesta frente a las exigencias propias del área de ventas.

Estos resultados mantienen coherencia con lo señalado por Dolores et al. (2023), quienes identifican que la motivación laboral se relaciona directamente con el desempeño y el cumplimiento de objetivos organizacionales, destacando que los trabajadores motivados presentan una respuesta más favorable frente a las exigencias laborales y desarrollan mayor compromiso con las actividades asignadas, del mismo modo, Martínez et al. (2022) sostienen que la productividad se encuentra vinculada con la satisfacción laboral y con las condiciones presentes dentro del entorno de trabajo, aspecto que coincide con el comportamiento observado en la presente investigación, donde el personal evaluado mostró niveles elevados tanto de motivación como de productividad.

Estos hallazgos permiten comprender que la motivación no actúa de manera aislada dentro del desempeño laboral, sino que forma parte de un conjunto de factores relacionados con el entorno organizacional, el reconocimiento laboral y la disposición del trabajador frente a las metas institucionales, elementos que dentro de actividades comerciales adquieren especial relevancia debido a la presión constante por resultados y cumplimiento de objetivos de ventas.

La relación identificada entre motivación y productividad también mantiene concordancia con lo reportado por Montalvo (2025), quien identificó que los trabajadores con niveles medios y altos de motivación presentan niveles equivalentes de productividad, evidenciando que ambas variables mantienen un comportamiento proporcional dentro de distintos contextos organizacionales, de igual forma, Contreras (2021) obtuvo una correlación positiva entre motivación y desempeño laboral con un coeficiente de 0.652, resultado que coincide con la tendencia observada en el presente estudio, aunque el nivel de asociación encontrado en Parque del Recuerdo resulta superior, situación que puede explicarse por las

características propias del entorno comercial evaluado, donde el trabajo desarrollado por el personal de ventas exige cumplimiento continuo de metas, interacción directa con clientes y capacidad de adaptación frente a escenarios variables. Esto permite entender que en actividades comerciales orientadas al logro de resultados, la motivación adquiere una participación aún más importante dentro del comportamiento productivo del trabajador, fortaleciendo su disposición frente al cumplimiento de objetivos organizacionales.

Respecto a la primera hipótesis específica, los resultados permitieron determinar la existencia de una relación significativa entre la motivación extrínseca y la productividad del personal de ventas, obteniéndose un coeficiente de correlación de 0.843 con un nivel de significancia de 0.000, resultado que evidencia una relación positiva alta entre ambas variables. Asimismo, la motivación extrínseca presentó predominancia en nivel alto en el 76,7% del personal evaluado, situación que refleja que las condiciones externas presentes dentro de la organización son percibidas favorablemente por los trabajadores.

Este comportamiento permite interpretar que aspectos relacionados con incentivos, estabilidad laboral, reconocimiento, ambiente de trabajo y condiciones organizacionales mantienen relación dentro de la forma en que el trabajador desarrolla sus funciones y responde frente a las exigencias propias del área comercial, por ello, el rendimiento observado dentro del personal de ventas no solo se relaciona con capacidades individuales, sino también con el contexto organizacional en el que se desarrollan sus actividades diarias.

Los resultados obtenidos guardan relación con lo señalado por García-Martínez et al. (2022), quienes sostienen que la productividad laboral mantiene relación con la satisfacción generada por las condiciones que la organización brinda al trabajador, aspecto que coincide con lo observado en el presente estudio, donde la percepción favorable de las condiciones externas se relaciona con niveles elevados de productividad, de igual manera, Montalvo (2025) identifica que la motivación extrínseca mantiene una correspondencia directa con el desempeño laboral, señalando que los trabajadores que perciben estímulos externos favorables presentan mejores niveles de rendimiento.

Esta situación permite comprender que el trabajador responde de manera coherente frente a las condiciones organizacionales presentes dentro de su entorno laboral, especialmente cuando percibe estabilidad, reconocimiento o beneficios vinculados a sus funciones, factores que dentro de áreas comerciales pueden fortalecer el compromiso con el cumplimiento de metas y resultados establecidos por la organización.

Del mismo modo, Rodríguez y Villaverde (2021) identifican que los trabajadores con mayor motivación presentan mejores niveles de productividad, destacando que tanto los factores internos como externos mantienen relación con el desempeño laboral. Este planteamiento coincide con los resultados obtenidos en la presente investigación, donde la motivación extrínseca mostró una relación significativa con la productividad del personal de ventas. El análisis de estos resultados permite interpretar que dentro del área comercial evaluada el entorno organizacional cumple un papel importante en la forma en que el trabajador desarrolla sus actividades, debido a que aspectos relacionados con incentivos, reconocimiento y ambiente laboral generan condiciones que favorecen el desempeño y fortalecen la disposición del personal frente a las exigencias comerciales propias de la organización.

Asimismo, este comportamiento evidencia que las organizaciones orientadas al cumplimiento de metas comerciales requieren mantener condiciones laborales que acompañen adecuadamente el rendimiento del trabajador, debido a que la percepción que el personal posee sobre su entorno influye directamente en la manera en que desarrolla sus funciones y responde frente a los objetivos institucionales.

En relación con la segunda hipótesis específica, los resultados permitieron determinar que existe una relación significativa entre la motivación intrínseca y la productividad del personal de ventas, obteniéndose un coeficiente de correlación de 0.859 con un nivel de significancia de 0.000, resultado que evidencia una relación positiva alta entre ambas variables. Asimismo, la motivación intrínseca presentó predominancia en nivel alto en el 80% de los trabajadores evaluados, reflejando compromiso, disposición y orientación hacia el logro de metas dentro del entorno laboral.

Este comportamiento permite interpretar que los trabajadores que mantienen una mayor motivación interna tienden a desarrollar mejor desempeño dentro de sus funciones, mostrando interés por el cumplimiento de objetivos y mayor involucramiento con las actividades desarrolladas dentro del área comercial, por ello, el rendimiento laboral observado no solo depende de factores externos presentes dentro de la organización, sino también de elementos personales relacionados con actitud, compromiso y satisfacción frente al trabajo desempeñado.

Los hallazgos encontrados mantienen concordancia con lo reportado por Rodríguez y Villaverde (2021), quienes identifican que los trabajadores con niveles altos de motivación presentan mejor desempeño laboral, resultado que coincide con el comportamiento observado en el presente estudio donde la motivación intrínseca mantiene relación positiva con la

productividad, asimismo, Contreras (2021) sostiene que los factores intrínsecos vinculados a la motivación se relacionan significativamente con el rendimiento laboral, permitiendo reforzar la interpretación de los resultados obtenidos dentro del área comercial evaluada.

Esto evidencia que elementos internos como compromiso, disposición personal y satisfacción frente al trabajo desempeñado forman parte importante del comportamiento productivo del trabajador, especialmente en contextos comerciales donde las actividades laborales requieren interacción constante, cumplimiento de metas y capacidad de respuesta frente a diferentes escenarios relacionados con las ventas y atención al cliente.

El planteamiento realizado por Montalvo (2025) también guarda relación con los resultados obtenidos, debido a que el autor sostiene que los niveles de motivación mantienen una correspondencia proporcional con los niveles de productividad, permitiendo comprender que ambas variables se desplazan en una misma dirección dentro de distintos contextos organizacionales, de igual manera, Dolores et al. (2023) identifican que la motivación laboral se relaciona con el desempeño y el cumplimiento de objetivos organizacionales, aspecto que coincide con el comportamiento observado dentro del área comercial de Parque del Recuerdo, donde el cumplimiento de metas forma parte importante de las funciones desarrolladas por el personal de ventas.

En consecuencia, los resultados obtenidos permiten interpretar que la motivación intrínseca representa un elemento importante dentro del comportamiento laboral del trabajador, debido a que fortalece su disposición frente a las actividades asignadas y favorece el desarrollo de mejores niveles de productividad dentro del entorno organizacional evaluado.

CONCLUSIONES

1. Los resultados evidencian una relación positiva alta entre la motivación y la productividad del personal de ventas del área comercial de Parque del Recuerdo, sustentada en un coeficiente de correlación de Pearson de 0.888 y un nivel de significancia de 0.000 en una muestra de 30 colaboradores, lo que indica que ambas variables presentan un comportamiento asociado de manera consistente, donde los niveles más altos de motivación se vinculan con mayores niveles de productividad en el desempeño laboral, este hallazgo muestra que la variabilidad en la productividad no se presenta de forma aislada, sino que guarda correspondencia con los niveles de motivación del personal, reflejando que los aspectos motivacionales forman parte del entorno laboral que acompaña el rendimiento del área comercial.
2. Los resultados muestran una relación positiva alta entre la motivación extrínseca y la productividad del personal de ventas del área comercial de Parque del Recuerdo, sustentada en un coeficiente de correlación de Pearson de 0.843 y un nivel de significancia de 0.000 en una muestra de 30 colaboradores, lo que evidencia que los factores externos vinculados al trabajo, como incentivos, reconocimientos y condiciones laborales, se asocian de manera consistente con el desempeño productivo del personal, observándose que cuando estos elementos están presentes en mayor medida, el nivel de productividad tiende a ser más elevado.
3. Los resultados evidencian una relación positiva alta entre la motivación intrínseca y la productividad del personal de ventas del área comercial de Parque del Recuerdo, respaldada por un coeficiente de correlación de Pearson de 0.859 y un nivel de significancia de 0.000 en una muestra de 30 colaboradores, lo que muestra que los factores internos del trabajador, como el interés por la actividad, el compromiso con sus funciones y la satisfacción personal en el logro de metas, se asocian de manera consistente con su nivel de productividad, observándose que cuando estos elementos se presentan en mayor medida, el desempeño en ventas tiende a incrementarse.

RECOMENDACIONES

1. La Gerencia General de Parque del Recuerdo, en coordinación con el área de Recursos Humanos y la jefatura del área comercial, debe disponer el diseño e implementación de un programa estructurado de motivación dirigido al personal de ventas, incorporando incentivos económicos diferenciados según el cumplimiento de metas individuales y grupales, reconocimiento formal mensual mediante reportes de desempeño y reuniones de retroalimentación, así como capacitaciones específicas en técnicas de cierre de ventas y manejo de clientes. Para su seguimiento, se deberán establecer indicadores relacionados con el volumen de ventas, cumplimiento de objetivos comerciales y productividad individual, realizando evaluaciones mensuales que permitan ajustar las estrategias aplicadas.
2. La Gerencia General de Parque del Recuerdo debe disponer, a través del área de Recursos Humanos y en coordinación con la jefatura comercial, la implementación de un sistema formal de motivación extrínseca que contemple bonos económicos escalonados según el cumplimiento de las metas de ventas, reconocimiento mensual al personal con mayor rendimiento mediante reportes internos y reuniones de equipo, así como incentivos no monetarios, entre ellos días libres o premios por desempeño destacado. Asimismo, deberá establecerse el seguimiento de indicadores como cumplimiento de cuotas, número de ventas concretadas y ranking de productividad, con la finalidad de evaluar los resultados alcanzados.
3. La Gerencia General de Parque del Recuerdo debe disponer que la jefatura del área comercial, en coordinación con Recursos Humanos, implemente acciones orientadas a fortalecer la motivación intrínseca del personal de ventas, considerando la asignación de metas claras y alcanzables, espacios de retroalimentación individual sobre el desempeño, reconocimiento de los logros personales en reuniones de equipo y oportunidades de desarrollo mediante capacitaciones en habilidades comerciales y crecimiento profesional. Para evaluar estas acciones, se deberán considerar indicadores como el cumplimiento de metas individuales, nivel de cierre de ventas y desempeño sostenido en el tiempo.

REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFÍA

- Alonso-Ramírez, K., y Nahum-Lajud, P. (2024). Impacto de la motivación laboral en el desempeño del personal administrativo en home office: un caso de estudio en una empresa comercializadora de plásticos. *Revista Gestión de las Personas y Tecnología*, 17(50), 41-65. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-56932024000200041&script=sci_abstract&tlng=en
- Arteaga, E. P., y Limo, E. F. P. (2022). Compromiso laboral en sector privado a partir de la pandemia por covid-19: una revisión sistemática. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(5), 3009-3029. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/3297>
- Bellido-Cabrera, J., Valiente-Saldaña, Y. M., Alvites-Gasco, A. M., y Diaz-Gómez, C. (2025). Reconocimiento laboral y compromiso organizacional en una empresa agroindustrial. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 10(19), 202-216. <https://ojs.fundacionkoinonia.com.ve/index.php/revistakoinonia/article/view/4397>
- Bohorquez, E., Perez, M., Caiche, W., y Benavides, A. (2020). Motivation and work performance: human capital as a key in an organization. *Universidad y Sociedad*, 12(3).
- Bustamante, R. Y. S., Gonzabay, P. L. M., y Peñafiel, N. A. V. (2022). Clima organizacional como factor del desempeño laboral en las Mipymes en Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 8(1), 234-261. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383360>
- Cerquea, M., y Nuñez, M. (2011). Factores humanos y su influencia en la productividad. *Revista Venezolana de Gerencia*, 16(53). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29018414007>
- Chiavenato, I. (2017). *Administración de recursos humanos* (10.^a ed.). McGraw-Hill.
- Chunga Díaz, T. O., y Escuza Pasco, M. E. (2023). La importancia de la satisfacción laboral en el ámbito profesional: una revisión sistemática. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 19(1), 127-143. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1794-99982023000100127&script=sci_arttext
- Contreras, L. (2021). *Motivación laboral y su incidencia en el desempeño de los trabajadores de la Panadería y Pastelería Butipan, Tacna, 2021* [Tesis de pregrado, Universidad

Privada de Tacna]. Repositorio UPT.
<https://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/2158>

Cornejo, L. L. C., Campos, M. Á. J., Guardia, M. D. C. V., y Chero, M. J. S. (2023). Motivación laboral y estrategias de afrontamiento al estrés en docentes universitarios. *Revista de Ciencias Sociales*, 29(7), 266-276.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9034437>

Cortez Rodríguez, N. N. (2023). Clima organizacional en satisfacción laboral: una revisión sistemática. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 14(27). https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-74672023000200153&script=sci_arttext

Cuyubamba, M., y Vásquez, L. (2024). Motivación laboral y compromiso organizacional de los colaboradores de la municipalidad distrital de San Ramón, Chanchamayo. *SCIÉENDO*, 27(1), 67-72.
<https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/SCIENDO/es/article/view/5892>

Dolores, E., Salazar Gómez, J., y Valdivia Rivera, M. (2023). La motivación laboral y su relación con el desempeño laboral. Un estudio de caso. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 13(26), 1-16.
<https://doi.org/10.23913/ride.v13i26.1478>

Galarza, M. O., Pérez, H. R. A., y Pinzón, M. E. T. (2024). El desempeño laboral de los servidores públicos de la DIGEIM, un análisis desde el clima organizacional. *Ciencias Administrativas*, (23), 131. <https://revistas.unlp.edu.ar/CADM/article/view/14186>

Gallup. (2026). *State of the global workplace 2026 report*. Gallup.

García-Martínez, E., García-Álvarez, A., y Suárez-Jiménez, R. (2022). Influencia de la satisfacción laboral en la productividad. *Publicaciones e Investigación*, 16(2).
<https://doi.org/10.22490/25394088.6213>

Guerra, J. (2024). Evaluación del desempeño del talento humano por competencias, estrategia para mejorar la productividad laboral. *Código Científico Revista de Investigación*, 5(1), 299-325.

Jara, J. E. G., García, Z. M. C., De La Cruz, N. M. P., y Olivos, M. A. A. (2024). Motivación laboral y su relación con el desempeño laboral de colaboradores del área de

- administración. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 9(1), 228-237.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9948420>
- Kotler, P., y Armstrong, G. (2008). *Principios de marketing*. Pearson Educación.
- Leal Paredes, M. S. (2023). Inteligencia emocional y compromiso laboral en las Mipymes de Ecuador. *Ciencias Administrativas*, (21), 8.
https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S2314-37382023000100008&script=sci_arttext
- Maucaylle, M. L., y Apaza, R. V. (2022). Motivación laboral y compromiso organizacional (engagement) en el personal administrativo en una municipalidad distrital, Apurímac, Perú. *TecnoHumanismo*, 2(4), 122-142.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8754082>
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2024). *Informe trimestral del mercado laboral: enero-febrero-marzo 2024*. Dirección de Investigación Socio Económico Laboral. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/6653196/5783668-ite-2024-t1.pdf>
- Montalvo Juanpedro, S. (2025). *Motivación laboral y la productividad de los colaboradores de la Empresa Inka's Berries del Distrito de Santa María – 2023* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. Repositorio UNJFSC. <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/10509/TESIS.pdf>
- Morán, N. P., y Yambay, M. A. (2022). El compromiso laboral y el comportamiento innovador de los empleados: revisión de literatura. *Compendium: Cuadernos de Economía y Administración*, 9(1), 1-10. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8635115>
- Morán, R. (2022). Productividad laboral y el teletrabajo en el sector público durante el período de emergencia nacional. *Universidad y Sociedad*, 14(2), 402-409.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202022000200402&script=sci_arttext
- Naranjo, M. (2009). Motivación: perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo. *Revista Educación*, 33(2).
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44012058010>

- Nina, H. (2022). *La motivación y su relación con la satisfacción laboral del personal de la Municipalidad Distrital de Ilabaya, año 2021* [Tesis de pregrado, Universidad Privada de Tacna]. Repositorio UPT. <https://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/2270>
- Organización Internacional del Trabajo. (2025). *Panorama laboral 2025: América Latina y el Caribe*. Oficina Internacional del Trabajo. <https://doi.org/10.54394/SCJS5838>
- Ollague, J. (2018). *Motivación laboral y productividad de los trabajadores del área de rentas de la Municipalidad de Villa María del Triunfo* [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio Autónoma del Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.13067/861>
- Orrego, B. E. A., y Valencia, M. E. (2022). Análisis de la productividad laboral en el sector panificador del Valle del Cauca, Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(2), 122-136. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8378006>
- Pacheco, L. (2021). *Teletrabajo y productividad del trabajador de los principales operadores turísticos receptivos, 2019-2021* [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio UNMSM. <https://hdl.handle.net/20.500.12672/17193>
- Pecina, M. A. G., y Gutiérrez-Ortiz, M. (2023). El impacto de la motivación laboral, el ambiente laboral, el liderazgo y la comunicación en la satisfacción laboral de los empleados de una empresa pequeña. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*. <https://dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/3524>
- Pincay, S. L. P., Toala, S. E. P., y Bustamante, R. Y. S. (2023). Aporte de la motivación laboral en el clima organizacional de las pymes en Ecuador. *Polo del Conocimiento*, 8(5), 211-232. <https://www.polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/5559>
- Plasencia, C. J. T. (2023). Clima organizacional y satisfacción laboral de los trabajadores de una empresa peruana. *Industrial Data*, 26(2), 217-237. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9790879>
- Portilla, S., Fabrizio, R., Romani, U., y Rivera, J. (2023). Una revisión sistemática acerca del liderazgo directivo y el clima organizacional en los docentes escolares. *Revista*

- Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*, (20), 228-241.
<http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rchakin/n20/2550-6722-rchakin-20-00228.pdf>
- Quispe, G., Herrera, V. H. D., Aliaga, A. A. B., y Ríos, V. Y. B. (2023). Motivación laboral en pymes del sector construcción, Lima. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(101), 113-125. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890841>
- Redacción Gestión. (2024, 15 de mayo). El 62% de los líderes afirma que motivar a sus equipos es lo más desafiante. *Gestión*. <https://gestion.pe/economia/management-empleo/motivacion-laboral-el-62-de-los-lideres-afirma-que-motivar-a-sus-equipos-es-lo-mas-desafiante-rankmi-noticia/>
- Reyes, D. Z. H., González, E. G. F., y Solís, F. M. V. (2022). La motivación y su correlación con el reconocimiento laboral enfocada en una empresa del sector hotelero de la ciudad de Durango, México. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, 28(82), 294-314. <https://revistahitos.ujat.mx/hitos/article/view/5273>
- Reyes, J. E. P., Reyes, J. M. V., y Suárez, G. E. P. (2022). Motivación laboral como herramienta eficaz para el mejor desarrollo de las organizaciones. *Dominio de las Ciencias*, 8(1), 177-186. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383369>
- Reyes, J. E. P., Salazar, J. A. C., y Calle, M. C. H. (2023). Clima organizacional y motivación laboral: caso de estudio organizaciones de la comuna Sancán. *Polo del Conocimiento*, 8(2), 1038-1055. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/5231>
- Ríos-López, L. A., Saldaña-Pinto, C. A., Alejandría-Castro, C. A., y Fasanando-Puyo, T. (2023). Factores relacionados con el clima organizacional. *Revista Amazónica de Ciencias Económicas*, 2(1), e455. <http://revistas.unsm.edu.pe/index.php/race/article/view/455>
- Rivilla, C., y Tayupanda, J. (2014). *Análisis de factores que inciden en la productividad laboral de empresas dedicadas a la producción y distribución de productos de consumo masivo en el Distrito Metropolitano de Quito* [Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio UPS. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6581/1/UPS-QT04480.pdf>

- Rodríguez, J., y Villaverde, S. (2021). *Motivación y productividad en trabajadores de la financiera CrediScotia, Chimbote, 2021* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/85723>
- Rodríguez, J., Pajuelo, L. V., Díaz, E. M. A., Rivero, K. R. B., Aguirre, F. D. M. S., y Villavicencio, R. E. R. (2024). Evaluación de la eficiencia de la gestión pública en la productividad laboral. *Revista InveCom*, 4(2), 25. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10279628>
- Rojas, L. (2024). *Tendencias de investigación acerca de la influencia de la motivación laboral en los empleados de América Latina 2017-2024* [Tesis de especialización, Universidad El Bosque]. Repositorio Universidad El Bosque. <https://hdl.handle.net/20.500.12495/13782>
- Rojas, L. M. B., Rodríguez, M. J. E., Choque, M. R., y Nugent, M. A. L. M. (2023). Clima organizacional en las pymes del sector comercio de la ciudad de Ayacucho. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(101), 171-184. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890845>
- Romero, M., y Scrivanelli Cosenza, A. (2024). Motivación laboral en el sector cooperativo. Revisión sistemática de los últimos diez años, con énfasis en las cooperativas de trabajo. *Ciencias Administrativas*, (24), 9. https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S2314-37382024000200009&script=sci_arttext
- Sánchez, W., y Ortiz, E. (2024). *Motivación del personal y su relación con la productividad en época de crisis en empresas del sector financiero de Lima Metropolitana, 2023* [Tesis, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. <https://doi.org/10.19083/tesis/683793>
- Serna, L. I. P., Chávez, C. V. C., Urra, M. A. C., y Ramírez, W. R. (2024). Reconocimiento del desempeño laboral como principio gerencial en el liderazgo organizacional. *Revista de Ciencias Sociales*, 30(1), 470-484. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9370051>
- Serrano, P., y Parro, A. (2015). Entornos de trabajo e impacto en salud. *Medicina y Seguridad del Trabajo*, 61(240). <https://dx.doi.org/10.4321/S0465-546X2015000300001>

- Terrones Mayta, R. E., y Haro Zea, K. L. (2024). Impacto del clima organizacional sobre la rotación de los trabajadores: revisión 2013-2023. *Tendencias*, 25(2), 247-277. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0124-86932024000200247&script=sci_arttext
- Toapanta, J. E. G. (2024). La justicia laboral y reconocimiento del derecho al trabajo en el Ecuador. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar*, 8(2), 6867-6889. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9566029>
- Verdugo, S. V. C., Albán, J. C. A., y Palacios, I. A. M. (2025). La capacitación continua en la productividad laboral. *Revista InveCom*, 5(3), 15. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10279919>
- Villalobos, A. M. (2023). La motivación laboral como parte de la gestión empresarial para la productividad de la organización. *Latam Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(4), 14. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9586432>
- Villalobos, V. (2025). *Neuromarketing y su relación con la motivación laboral de los colaboradores del área de infraestructura y mantenimiento de la Universidad Privada de Tacna - 2024* [Tesis de pregrado, Universidad Privada de Tacna]. Repositorio UPT. <http://hdl.handle.net/20.500.12969/4182>
- Vinza-Coronel, C. G., Plúa-Panta, K. A., y Tenelema-Jiménez, I. E. (2026). Reconocimiento organizacional y su relación con la satisfacción laboral en el personal de servicios de una institución universitaria. *Journal of Economic and Social Science Research (JESSR)*, 6(2), 101-112. <https://portal.amelica.org/ameli/journal/882/8825671008/html/>
- Zapata Huamaní, Z. A., Napán, A. C., y Meza Rodríguez, R. (2023). Motivación laboral y su relación con el desempeño de colaboradores en empresa de rubro textil. *Revista Científica de la UCSA*, 10(2), 20-31. https://scielo.iics.una.py/scielo.php?pid=S2409-87522023000200020&script=sci_arttext

ANEXOS

ANEXO A. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES/DIMENSIONES E INDICADORES	METODOLOGIA
1. INTERROGANTE PRINCIPAL ¿Existe relación entre la Motivación y la Productividad del personal de ventas del área comercial de Parque del recuerdo Tacna en el año 2025?	1- OBJETIVO PRINCIPAL Determinar la relación que existe entre la Motivación y la productividad del personal de ventas del área comercial de Parque del Recuerdo Tacna en el año 2025.	1. HIPOTESIS GENERAL Existe una relación significativa entre la motivación y la productividad del personal de ventas del área comercial de Parque del recuerdo en el año 2025	Variable (X): Motivación Dimensiones X1. Intrínseca Indicadores: - Realización personal - Sentido de propósito - Autonomía en el puesto de trabajo X2. Extrínseca Indicadores: - Compensación y beneficios - Condiciones laborales del puesto - Reconocimiento y valor al trabajador Variable (Y): Productividad Dimensiones Y1. Factores individuales Indicadores: - satisfacción	- Tipo de investigación Básica - Diseño de la investigación No experimental de corte transversal - Ámbito de estudio todos los vendedores del área comercial de Parque del Recuerdo. - Población todos los vendedores del área comercial de Parque del Recuerdo. En el año 2025 el área comercial estuvo conformada por 30 vendedores. - Muestra Considerando que la población es de 30 personas se utilizara una muestra censal (100% de la población). - Técnicas de recolección de datos Encuesta
2. INTERROGANTES ESPECIFICAS a. ¿Cuál es la relación de la motivación extrínseca y la productividad del personal de ventas del área comercial de parque del recuerdo en el año 2025? b. ¿Cuál es la relación de la motivación intrínseca y la productividad del personal de ventas del área comercial de parque del recuerdo en el año 2025?	2- OBJETIVOS ESPECIFICOS a. Determinar la relación que existe entre motivación extrínseca y la productividad del personal de ventas del área comercial de parque del recuerdo en el año 2025. b. Identificar la relación que existe entre motivación intrínseca y la productividad del personal de ventas del área comercial de parque del recuerdo en el año 2025.	2. HIPOTESIS ESPECIFICAS a. Existe una relación significativa entre la motivación extrínseca y la productividad del personal de ventas del área comercial de Parque del recuerdo en el año 2025. b. Existe una relación significativa entre la motivación intrínseca y la productividad del personal de ventas del área comercial de Parque del recuerdo en el año 2025.		

			- competencias - compromiso Y2. Factores grupales Indicadores: - Cohesión - Conflicto - Participación Y3. Factores organizacionales Indicadores: - Cultura - Liderazgo - Clima organizacional	- Instrumentos Cuestionario
--	--	--	--	---

ANEXO B. Instrumentos

CUESTIONARIO DE MOTIVACIÓN

Introducción:

El presente cuestionario tiene como finalidad recopilar información relacionada con la motivación del personal de ventas del área comercial de Parque del Recuerdo en Tacna, considerando aspectos vinculados con la motivación intrínseca y extrínseca dentro del entorno laboral, la información proporcionada será utilizada únicamente con fines académicos y de investigación, por ello las respuestas serán tratadas con absoluta confidencialidad y anonimato, asimismo se solicita responder cada afirmación de manera sincera de acuerdo con su experiencia y percepción dentro de la organización.

Instrucciones:

A continuación, se presentan diferentes afirmaciones relacionadas con la motivación dentro de su centro laboral, lea cuidadosamente cada una de ellas y marque con una “X”.

Valor	Alternativa
1	Muy en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4	De acuerdo
5	Muy de acuerdo

N	Ítems	MD	ED	NaNd	DA	MA
1	Me siento emocionado, comprometido y motivado al realizar mis responsabilidades.					
2	El ambiente laboral me genera confianza.					
3	Creo en la integridad, los valores y la capacidad de los compañeros de trabajo.					
4	Busco oportunidades de aprendizaje, desarrollo, y me esfuerzo por alcanzar un mejor desempeño y obtener logros.					
5	Siento seguridad física y emocional en el ambiente laboral.					

6	Me capacito para ser mejor en mi puesto de trabajo.					
7	Percibo energía positiva y compañerismo en mi trabajo.					
8	Priorizo mis metas personales y profesionales.					
9	Soy dedicado cuando se trata de cumplir el trabajo encargado.					
10	El salario, bonificaciones, beneficios económicos adicionales son los adecuados.					
11	Recibo los implementos necesarios para realizar las funciones adecuadamente.					
12	Laboro en un ambiente seguro, libre de riesgos para la salud y la integridad personal.					
13	Existe una sensación de estabilidad y protección en la institución.					
14	Existe bienestar económico y una percepción de equidad en relación con el valor de mi trabajo.					

CUESTIONARIO DE PRODUCTIVIDAD

Introducción:

El presente cuestionario tiene como finalidad recopilar información relacionada con la productividad del personal de ventas del área comercial de Parque del Recuerdo en Tacna, considerando aspectos vinculados con el desempeño laboral, cumplimiento de funciones y logro de resultados dentro del entorno organizacional, la información proporcionada será utilizada únicamente con fines académicos y de investigación, por ello las respuestas serán tratadas con absoluta confidencialidad y anonimato, asimismo se solicita responder cada afirmación de manera sincera de acuerdo con su experiencia dentro de la organización.

Instrucciones:

A continuación, se presentan diferentes afirmaciones relacionadas con la productividad dentro de su centro laboral, lea cuidadosamente cada una de ellas y marque con una “X”.

Valor	Alternativa
1	Muy en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4	De acuerdo
5	Muy de acuerdo

N	Ítems	MD	ED	NaNd	DA	MA
1	Los vendedores se sienten autorrealizados al realizar sus funciones.					
2	La retribución monetaria está acorde a lo que marca el mercado.					
3	La empresa promueve el balance entre la vida personal y laboral del colaborador.					
4	Los colaboradores cuentan con las capacidades y competencias para realizar su trabajo correctamente.					
5	La empresa se preocupa por tener al personal formado y capacitado para su puesto de trabajo.					

6	Considera que los colaboradores de la organización han desarrollado nuevas habilidades a lo largo de su permanencia.					
7	La organización se preocupa por generar lazos entre los colaboradores.					
8	La organización refleja que el colaborador es su activo más importantes.					
9	La organización genera días de integración o confraternidad entre los colaboradores.					
10	Los vendedores sienten el apoyo de su Jefe inmediato y compañeros de trabajo.					
11	Los conflictos son abordados de manera asertiva y como oportunidad de aprendizaje dentro de la organización.					
12	La organización crea ambientes innovadores, espontáneos y fuera de prejuicios.					
13	La organización genera ambientes de reconocimiento y confianza entre todos los colaboradores.					
14	Los colaboradores se sienten cómodos en su lugar de trabajo.					
15	La misión, visión y valores de la organización van acorde con los de los colaboradores.					
16	La cultura organizacional es abierta a cambios y mejoras.					
17	Los jefes directos crean ambientes de trabajo colaborativos entre los trabajadores.					
18	Los líderes orientan a sus equipos a un objetivo en común.					
19	Los colaboradores se sienten cómodos con el clima organizacional de la empresa.					

ANEXO C. Baremo de los instrumentos

Variable	Dimensiones	Ítems
MOTIVACIÓN	Intrínseca	Alto: 34 – 45
		Regular: 22 – 33
		Bajo: 9 – 21
	Extrínseca	Alto: 19 – 25
		Regular: 12 – 18
		Bajo: 5 – 11
Variable	Dimensiones	Ítems
PRODUCTIVIDAD	Factores individuales	Alto: 30 – 40
		Regular: 29 – 29
		Bajo: 8 – 18
	Factores grupales	Alto: 19 – 25
		Regular: 12 – 18
		Bajo: 5 – 11
	Factores organizacionales	Alto: 23 – 30
		Regular: 15 – 22
		Bajo: 6 – 14

ANEXO D. Fichas de juicio de expertos

 Universidad Privada de Tacna	Unidad de Investigación FACEM FICHA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS	 Facultad de Ciencias Empresariales
Codificación UI-PTI-04	Versión 1.0	Página 1 de 2

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Motivación y Productividad del Personal de Ventas del Área Comercial De Parque del Recuerdo Tacna
NOMBRE DE LA VARIABLE DEL INSTRUMENTO:
 Motivación

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del experto: Ramírez Carpio Melagros Gianella
 1.2. Institución donde labora: Parque del Recuerdo
 1.3. Labor que desempeña: Supervisor Comercial
 1.4. Grado académico más alto: Maestro en Dirección de Personas
 1.5. Autor del instrumento: Rafael Mauricio Moreno Burgos

II.- ASPECTOS DE EVALUACION DE CONSISTENCIA INTERNA DE ITEMS:

INDICADORES	CRITERIOS PARA EVALUAR ITEMS	Deficiente 1	Regular 2	Buena 3	Muy Buena 4	Excelente 5
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado.					✓
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables y medibles.					✓
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					✓
4. Organización	Existe una organización lógica.					✓
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					✓
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias científicas.					✓
7. Consistencia	Basado en aspecto teórico-científico.					✓
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					✓
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					✓
Total parcial						45
Sumatoria total						45

 Universidad Privada de Tacna	Unidad de Investigación FACEM FICHA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS	 Facultad de Ciencias Empresariales
Codificación UI-PTI-04	Versión 1.0	Página 2 de 2

III. OPINION DE APLICABILIDAD:

Aplicable 34 - 45 ☒

Por corregir 22 - 33 ☐

No aplicable 9 - 21 ☐

Lugar y fecha: *Tacna 14 enero 2026*



Firma del experto

ANEXOS:

Se adjunta:

a.- Instrumento sujeto a evaluación de la variable.

b.- Matriz de consistencia interna de ítems.

Nota. Ejemplo de elaboración de Matriz de consistencia interna de ítems.

MATRIZ DE CONSISTENCIA INTERNA DE ÍTEMS		
DIMENSIONES	BASES TEÓRICAS	ÍTEMS
D 1	Teoría y citas contenidos en el marco teórico	Con base en la teoría de la dimensión
D 2	Teoría y citas contenidos en el marco teórico	Con base en la teoría de la dimensión
D 3	Teoría y citas contenidos en el marco teórico	Con base en la teoría de la dimensión

 Universidad Privada de Tacna	Unidad de Investigación FACEM FICHA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS	 Facultad de Ciencias Empresariales
Codificación UI-PTI-04	Versión 1.0	Página 1 de 2

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Motivación y Productividad del Personal de Ventas del Área Comercial De Parque del Recuerdo Tacna

NOMBRE DE LA VARIABLE DEL INSTRUMENTO: Productividad

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del experto: Ramírez Carpio Malagras Gianella
- 1.2. Institución donde labora: Parque del Recuerdo
- 1.3. Labor que desempeña: Supervisor Comercial
- 1.4. Grado académico más alto: Maestro en Dirección de Personas
- 1.5. Autor del instrumento: Rafael Mamua Moreno Quirga

II.- ASPECTOS DE EVALUACION DE CONSISTENCIA INTERNA DE ITEMS:

INDICADORES	CRITERIOS PARA EVALUAR ITEMS	Deficiente 1	Regular 2	Buena 3	Muy Buena 4	Excelente 5
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado.					✓
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables y medibles.					✓
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					✓
4. Organización	Existe una organización lógica.					✓
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					✓
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias científicas.					✓
7. Consistencia	Basado en aspecto teórico-científico.					✓
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					✓
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					✓
Total parcial						
Sumatoria total						45

 Universidad Privada de Tacna	Unidad de Investigación FACEM FICHA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS	 Facultad de Ciencias Empresariales
Codificación UI-PTI-04	Versión 1.0	Página 2 de 2

III. OPINION DE APLICABILIDAD:

Aplicable 34 - 45 ☒

Por corregir 22 - 33 ☐

No aplicable 9 - 21 ☐

Lugar y fecha: *Tacna, 14 enero 2026*



Firma del experto

ANEXOS:

Se adjunta:

a.- Instrumento sujeto a evaluación de la variable.

b.- Matriz de consistencia interna de ítems.

Nota. Ejemplo de elaboración de Matriz de consistencia interna de ítems.

MATRIZ DE CONSISTENCIA INTERNA DE ÍTEMS		
DIMENSIONES	BASES TEÓRICAS	ÍTEMS
D 1	Teoría y citas contenidos en el marco teórico	Con base en la teoría de la dimensión
D 2	Teoría y citas contenidos en el marco teórico	Con base en la teoría de la dimensión
D 3	Teoría y citas contenidos en el marco teórico	Con base en la teoría de la dimensión

 Universidad Privada de Tacna	Unidad de Investigación FACEM FICHA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS	 Facultad de Ciencias Empresariales
Codificación UI-PTI-04	Versión 1.0	Página 1 de 2

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: *Motivación y Productividad del Personal de Ventas del Ace Comercial del Parque del Recuerdo Tacna*

NOMBRE DE LA VARIABLE DEL INSTRUMENTO:
Motivación

I.- DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del experto: *Díaz Zuñeleta Juana de los A.*

1.2. Institución donde labora: *Banco Achincha*

1.3. Labor que desempeña: *Ejecutiva de Nóminas*

1.4. Grado académico más alto: *Magister en Dirección y Gestión de E.*

1.5. Autor del instrumento: *Rafael Flavio Ríos Quirón*

II.- ASPECTOS DE EVALUACION DE CONSISTENCIA INTERNA DE ITEMS:

INDICADORES	CRITERIOS PARA EVALUAR ITEMS	Deficiente 1	Regular 2	Buena 3	Muy Buena 4	Excelente 5
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables y medibles.					X
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				X	
4. Organización	Existe una organización lógica.					X
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias científicas.					X
7. Consistencia	Basado en aspecto teórico-científico.				X	
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				X	
Total parcial					12	30
Sumatoria total						42

 Universidad Privada de Tacna	Unidad de Investigación FACEM FICHA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS	 Facultad de Ciencias Empresariales
Codificación UI-PTI-04	Versión 1.0	Página 2 de 2

III. OPINION DE APLICABILIDAD:

Aplicable 34 - 45 ☒

Por corregir 22 - 33 ☐

No aplicable 9 - 21 ☐

Lugar y fecha: Tacna, 13 de enero de 2026



Firma del experto

ANEXOS:

Se adjunta:

a.- Instrumento sujeto a evaluación de la variable.

b.- Matriz de consistencia interna de ítems.

Nota. Ejemplo de elaboración de Matriz de consistencia interna de ítems.

MATRIZ DE CONSISTENCIA INTERNA DE ÍTEMS		
DIMENSIONES	BASES TEÓRICAS	ÍTEMS
D 1	Teoría y citas contenidos en el marco teórico	Con base en la teoría de la dimensión
D 2	Teoría y citas contenidos en el marco teórico	Con base en la teoría de la dimensión
D 3	Teoría y citas contenidos en el marco teórico	Con base en la teoría de la dimensión

 Universidad Privada de Tacna	Unidad de Investigación FACEM FICHA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS	 Facultad de Ciencias Empresariales
Codificación UI-PTI-04	Versión 1.0	Página 1 de 2

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Motivación y Productividad del Personal de Ventas del Área Comercial del Parque del Recuerdo Tacna.

NOMBRE DE LA VARIABLE DEL INSTRUMENTO:

Productividad

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del experto: Díaz Zavaleta Juana de los A.
 1.2. Institución donde labora: Banco Pichincha
 1.3. Labor que desempeña: Ejecutiva de Nóminas
 1.4. Grado académico más alto: Magister en Dirección y Gestión de Empresas
 1.5. Autor del instrumento: Rafael Mauricio Moreno Quiróga

II.- ASPECTOS DE EVALUACION DE CONSISTENCIA INTERNA DE ITEMS:

INDICADORES	CRITERIOS PARA EVALUAR ITEMS	Deficiente 1	Regular 2	Buena 3	Muy Buena 4	Excelente 5
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables y medibles.					X
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				X	
4. Organización	Existe una organización lógica.					X
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias científicas.					X
7. Consistencia	Basado en aspecto teórico-científico.				X	
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				X	
Total parcial					12	30
Sumatoria total					42	

 Universidad Privada de Tacna	Unidad de Investigación FACEM FICHA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS	 Facultad de Ciencias Empresariales
Codificación UI-PTI-04	Versión 1.0	Página 2 de 2

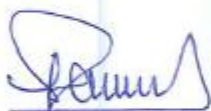
III. OPINION DE APLICABILIDAD:

Aplicable 34 - 45 ☒

Por corregir 22 - 33 ☐

No aplicable 9 - 21 ☐

Lugar y fecha: Tacna, 13 de enero de 2026



Firma del experto

ANEXOS:

Se adjunta:

a.- Instrumento sujeto a evaluación de la variable.

b.- Matriz de consistencia interna de ítems.

Nota. Ejemplo de elaboración de Matriz de consistencia interna de ítems.

MATRIZ DE CONSISTENCIA INTERNA DE ÍTEMS		
DIMENSIONES	BASES TEÓRICAS	ÍTEMS
D 1	Teoría y citas contenidos en el marco teórico	Con base en la teoría de la dimensión
D 2	Teoría y citas contenidos en el marco teórico	Con base en la teoría de la dimensión
D 3	Teoría y citas contenidos en el marco teórico	Con base en la teoría de la dimensión

 Universidad Privada de Tacna	Unidad de Investigación FACEM FICHA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS	 Facultad de Ciencias Empresariales
Codificación UI-PTI-04	Versión 1.0	Página 1 de 2

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Motivación y Productividad del Personal de Ventas del Área comercial de Parque del Recuerdo Tacna.

NOMBRE DE LA VARIABLE DEL INSTRUMENTO: Motivación

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del experto: Requejo Reyes Edwin Alexander
- 1.2. Institución donde labora: Banco Scotiabank
- 1.3. Labor que desempeña: Jefe de Ventas Zonal
- 1.4. Grado académico más alto: MBA - Administración de Negocios
- 1.5. Autor del instrumento: Rafael Maurilio Morcero Quiróga

II.- ASPECTOS DE EVALUACION DE CONSISTENCIA INTERNA DE ITEMS:

INDICADORES	CRITERIOS PARA EVALUAR ITEMS	Deficiente 1	Regular 2	Buena 3	Muy Buena 4	Excelente 5
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado.					✓
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables y medibles.					✓
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					✓
4. Organización	Existe una organización lógica.					✓
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					✓
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias científicas.					✓
7. Consistencia	Basado en aspecto teórico-científico.					✓
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					✓
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					✓
Total parcial						45
Sumatoria total						45

 Universidad Privada de Tacna	Unidad de Investigación FACEM FICHA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS	 Facultad de Ciencias Empresariales
Codificación UI-PTI-04	Versión 1.0	Página 2 de 2

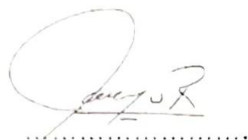
III. OPINION DE APLICABILIDAD:

Aplicable 34 - 45 ☒

Por corregir 22 - 33 ☐

No aplicable 9 - 21 ☐

Lugar y fecha: Tacna, 15 de enero 2026



Firma del experto

ANEXOS:

Se adjunta:

a.- Instrumento sujeto a evaluación de la variable.

b.- Matriz de consistencia interna de ítems.

Nota. Ejemplo de elaboración de Matriz de consistencia interna de ítems.

MATRIZ DE CONSISTENCIA INTERNA DE ITEMS		
DIMENSIONES	BASES TEÓRICAS	ITEMS
D 1	Teoría y citas contenidos en el marco teórico	Con base en la teoría de la dimensión
D 2	Teoría y citas contenidos en el marco teórico	Con base en la teoría de la dimensión
D 3	Teoría y citas contenidos en el marco teórico	Con base en la teoría de la dimensión

 Universidad Privada de Tacna	Unidad de Investigación FACEM FICHA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS	 Facultad de Ciencias Empresariales
Codificación UI-PTI-04	Versión 1.0	Página 1 de 2

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Motivación y Productividad del Personal de Ventas del Área Comercial de Parque del Recuerdo Tacna.

NOMBRE DE LA VARIABLE DEL INSTRUMENTO: Productividad

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del experto: Requejo Reyes Edwin Alexander
- 1.2. Institución donde labora: Banco Scotiabank
- 1.3. Labor que desempeña: Jefe de Ventas Zonal
- 1.4. Grado académico más alto: MBA - Administración de Negocios
- 1.5. Autor del instrumento: Rafael Mauricio Moreno Aviraga

II.- ASPECTOS DE EVALUACION DE CONSISTENCIA INTERNA DE ITEMS:

INDICADORES	CRITERIOS PARA EVALUAR ITEMS	Deficiente 1	Regular 2	Buena 3	Muy Buena 4	Excelente 5
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado.					✓
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables y medibles.					✓
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					✓
4. Organización	Existe una organización lógica.					✓
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					✓
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias científicas.					✓
7. Consistencia	Basado en aspecto teórico-científico.					✓
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					✓
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					✓
Total parcial						45
Sumatoria total						45

 Universidad Privada de Tacna	Unidad de Investigación FACEM FICHA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS	 Facultad de Ciencias Empresariales
Codificación UI-PTI-04	Versión 1.0	Página 2 de 2

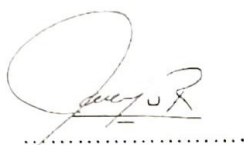
III. OPINION DE APLICABILIDAD:

Aplicable 34 - 45 ☒

Por corregir 22 - 33 ☐

No aplicable 9 - 21 ☐

Lugar y fecha: Tacna, 15 de enero 2026



Firma del experto

ANEXOS:

Se adjunta:

a.- Instrumento sujeto a evaluación de la variable.

b.- Matriz de consistencia interna de ítems.

Nota. Ejemplo de elaboración de Matriz de consistencia interna de ítems.

MATRIZ DE CONSISTENCIA INTERNA DE ÍTEMS		
DIMENSIONES	BASES TEÓRICAS	ÍTEMS
D 1	Teoría y citas contenidos en el marco teórico	Con base en la teoría de la dimensión
D 2	Teoría y citas contenidos en el marco teórico	Con base en la teoría de la dimensión
D 3	Teoría y citas contenidos en el marco teórico	Con base en la teoría de la dimensión