

**ESCUELA DE POSTGRADO SAN FRANCISCO  
XAVIER SFX**



**SFX**

ESCUELA DE POSTGRADO  
ESCUELA DE NEGOCIOS

**TESIS**

**Motivación y desempeño laboral de los promotores de crédito  
Caja Arequipa, Arequipa - 2021**

**Presentada por los Bachilleres:**

**Carlos Alberto Ponce Bustinza**

**Omar López Cusi**

**Para optar el Grado Académico de:**

**Maestro en Administración de Empresas Innovadoras y Emprendedoras-MBA**

**Arequipa – Perú  
2022**

## **DEDICATORIA**

Esta tesis se la dedico a mi madre, que siempre lucho para que llegue a esta instancia de mis estudios, siempre ha estado presente para poder lograrlo, también se la dedico a mi padre que en paz descanse, sé que estaría feliz y orgullo de mí.

Carlos Alberto Ponce Bustinza.

La presente tesis se la dedico a mi señora madre, a mi difunto padre, a mi amada esposa, mi adorado hijo y mi querido sobrino, los cuales con su cariño y apoyo me impulsan a lograr las metas que me propongo en la vida.

Omar López Cusi

## RESUMEN

La presente investigación está enfocada a determinar la motivación con la que cuentan los promotores de crédito de Caja Arequipa y como esta afecta su desempeño en el campo de trabajo; planteamos nuestro problema desde diferentes enfoques organizacionales, como los de lograr una mayor competitividad en el sector financiero ante las demás agencias de crédito que principalmente se valen de tener más créditos y una cartera más amplia; ante esto los promotores de crédito juegan un papel importante ya que comunican los beneficios, como tasas o tiempos de pago, a sus clientes; planteamos un marco teórico basado en los indicadores de las variables de estudio; seguidamente analizamos la metodología utilizada y elaboramos el instrumento de investigación para resolver nuestro problema de investigación; ejecutamos nuestra encuesta obteniendo datos con los que se contrastará la hipótesis, analizando la opinión de los promotores de crédito. Finalmente realizamos un análisis, de los datos encontrados, comparándolos con nuestros antecedentes, estableciendo conclusiones de cada resultado.

**Palabras claves:** Motivación, desempeño laboral, liderazgo e incentivos.

## **ABSTRACT**

This research is focused on determining the motivation of Caja Arequipa's credit promoters and how this is affecting or dismantling their performance in the work field; we pose our problem from different organizational approaches such as achieving greater competitiveness in the financial sector before the other credit agencies that mainly make use of having more credits and a larger portfolio; before this the credit promoters play an important role since they communicate the benefits such as rates or payment times to their customers; we propose a theoretical framework based on the indicators of the study variables; then we analyze the methodology used and develop the research instrument to solve our research problem; we execute our survey obtaining data with which we make the hypothesis testing according to the analyzed judgment of the opinion of the credit promoters, finally we carry an analysis found by comparing them with our background and we draw conclusions from each result.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA .....	ii
RESUMEN .....	iii
ABSTRACT .....	iv
ÍNDICE DE CONTENIDO .....	v
ÍNDICE DE TABLAS .....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	x
INTRODUCCIÓN .....	xii
CAPITULO I.....	13
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
1.1. Descripción del problema .....	13
1.2. Formulación del problema .....	14
1.2.1. Problema general .....	14
1.2.2. Problema específico .....	14
1.3. Justificación de la investigación .....	15
1.4. Objetivos .....	15
1.4.1. Objetivo general.....	15
1.4.2. Objetivo específico .....	16
1.5. Hipótesis .....	16
1.5.1. Hipótesis principal .....	16
1.5.2. Hipótesis secundaria .....	16
CAPITULO II.....	19
2.1. Teorías relacionadas .....	189
2.1.1. Antecedentes internacionales .....	189
2.1.2. Antecedentes nacionales .....	20
2.1.3. Antecedentes locales .....	20

2.2.	Bases teóricas .....	21
2.2.1.	La motivación .....	21
2.2.1.2.4.	Los estímulos .....	27
2.2.1.3.3.	La necesidad .....	30
2.2.1.4.	La iniciativa .....	33
2.2.1.5.	El comportamiento .....	33
2.2.1.6.	La satisfacción .....	34
2.2.2.	El desempeño laboral .....	35
2.2.2.1.	La extraversión .....	37
2.2.2.2.	La disponibilidad .....	39
2.2.2.3.	La estabilidad emocional .....	40
2.1.1.1.	La actitud .....	43
2.2.2.4.	La experiencia .....	47
2.2.2.5.	El liderazgo .....	50
2.3.	Definición de términos .....	53
2.3.1.	Trabajador .....	53
2.3.2.	Desempeño .....	53
2.3.3.	Administrativos .....	53
CAPITULO III .....		55
1.1.	Tipo de investigación .....	54
1.2.	Población y muestra .....	54
1.3.	Operacionalización de variables .....	55
1.4.	Instrumentos .....	55
1.5.	Procedimientos .....	56
1.6.	Análisis de datos .....	56
CAPITULO IV .....		57
RESULTADOS .....		57
4.1.	Análisis de interpretación .....	57

4.2. Contrastación de Hipótesis.....	78
4.2.1. Método de consistencia interna Chi Cuadrado .....	78
Nota: Elaboración propia.....	80
G = Grados de libertad .....	80
De la tabla Chi Cuadrada: 12.452 .....	80
Nota: Elaboración propia.....	83
G = Grados de libertad .....	83
De la tabla Chi Cuadrada: 3.055 .....	83
Nota: Elaboración propia.....	86
G = Grados de libertad .....	86
De la tabla Chi Cuadrada: 3.120 .....	86
Nota: Elaboración propia.....	88
G = Grados de libertad .....	88
De la tabla Chi Cuadrada: 1.022 .....	88
CAPITULO V .....	91
DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	91
CONCLUSIONES .....	93
RECOMENDACIONES .....	94
Bibliografía.....	95
ANEXOS.....	98

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Operacionalización de Variables.....	55
Tabla 2.	Pregunta 1 .....	57
Tabla 3.	Pregunta 2 .....	58
Tabla 4.	Pregunta 3 .....	59
Tabla 5.	Pregunta 4 .....	60
Tabla 6.	Pregunta 5 .....	61
Tabla 7.	Pregunta 6 .....	62
Tabla 8.	Pregunta 7 .....	63
Tabla 9.	Pregunta 8 .....	64
Tabla 10.	Pregunta 9 .....	65
Tabla 11.	Pregunta 10 .....	66
Tabla 12.	Pregunta 11 .....	67
Tabla 13.	Pregunta 12 .....	68
Tabla 14.	Pregunta 13 .....	68
Tabla 15.	Pregunta 14 .....	69
Tabla 16.	Pregunta 15 .....	70
Tabla 17.	Pregunta 16 .....	71
Tabla 18.	Pregunta 17 .....	72

Tabla 19. Pregunta 18 .....	73
Tabla 20. Pregunta 19 .....	74
Tabla 21. Pregunta 20 .....	75
Tabla 22. Pregunta 21 .....	76
Tabla 23. Pregunta 22 .....	77

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfica 1. ¿Cómo te sientes con tu motivación al ser promotor de créditos?.....	57
Gráfica 2. ¿Recibes algún tipo de estímulo a tu esfuerzo cuando consigues muchos clientes?.....	58
Gráfica 3. ¿Cuáles son las aspiraciones que tienes como promotor de créditos? .....	59
Gráfica 4. ¿Posees algún reconocimiento interno como promotor de créditos en Caja Arequipa?.....	60
Gráfica 5. ¿Te sientes satisfecho con tu sueldo fijo y tus comisiones? .....	61
Gráfica 6. ¿Te gusta sobrepasar tu meta y comisionar más que tus compañeros a fin de mes? .....	62
Gráfica 7. ¿Cuál es el tipo de comportamiento que mostraste el primer día que te incorporaste como promotor de crédito?.....	63
Gráfica 8. ¿Cuál es el tipo de comportamiento que mostraste durante tu trabajo de promotor de crédito?.....	64
Gráfica 9. ¿Te sientes satisfecho con el trato de tu jefe?.....	65
Gráfica 10. ¿Crees que tu sueldo y comisiones te permite tener satisfacción? .....	66
Gráfica 11. ¿Cuál es tu actitud con clientes indecisos? .....	67
Gráfica 12. ¿Te es fácil captar muchos clientes cada día? .....	68
Gráfica 13. Cuando un cliente se te acerca por algo ¿Sueles ser atento o depende de tu situación? .....	69
Gráfica 14. ¿Tomarías un cargo para buscar más clientes a cambio de un aumento salarial? .....	70

Gráfica 15. ¿Cuál era tu estabilidad emocional los primeros días que tenías como promotor de créditos?.....	71
Gráfica 16. ¿Crees que tu estabilidad emocional está reflejada en tus logros? .....	72
Gráfica 17. ¿Cómo es tu actitud cuando brindas informes a tus clientes? .....	73
Gráfica 18. ¿Cuándo un cliente decide no tomar un crédito como te sientes?.....	74
Gráfica 19. ¿Cómo valoras tus experiencias pasadas en otras entidades financieras? .....	75
Gráfica 20. ¿Consideras que cada experiencia motiva a trabajar mejor?.....	76
Gráfica 21. ¿Cómo percibes el liderazgo que emana de tu jefe de trabajo?.....	77
Gráfica 22. ¿Cres que el liderazgo es una herramienta para el logro de tus objetivos? .....	78

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad hablar de un crédito es muy llamativo para muchas personas a las cuales les gusta trabajar con financieras cajas o bancos por medio de préstamos personales y grupales, los créditos constituyen un apoyo para los que lo necesitan, pero sin duda esto exige la responsabilidad estricta de los pagos oportunamente para volverse acreedor de nuevos montos aprobados según la entidad con la cual se esté trabajando.

Las entidades de créditos luchan cada vez más por contar con una más amplia cartera de clientes y por este motivo hacen contrataciones de promotores los cuales buscan a sus nuevos clientes, estos clientes son evaluados si desean un crédito y varios de ellos no acceden principalmente por no tener un historial de pagos los cuales son de gran decisión para las entidades en aprobar créditos.

## CAPITULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.1.Descripción del problema

La competencia entre las financieras, cajas de ahorros y bancos, cada vez es más ardua y desleal, por lo que contratan más promotores de crédito a los cuales brindan diferentes tipos de motivación para encaminar su desempeño de forma progresiva. A medida que el tiempo pasa las nuevas formas de contratos de créditos cambian para beneficiar más a las entidades a fin de protegerlas de no correr riesgos; por este motivo existen las contrataciones temporales e informales a través de comisiones, modalidad contractual de mayor uso, el cual permite que las entidades no vean afectadas su capital, ya que asignan un monto definido para el pago de sus colaboradores.

En Caja Arequipa sucede algo particular, muchos promotores ubicados en diferentes partes del departamento de Arequipa se encuentran desmotivados y no reciben incentivos laborales, lo cual está ocasionando que los promotores solo esperen el cierre de mes para su pago; en realidad si no se da la motivación adecuada los promotores no se esforzaran por conseguir metas o por sobresalir en su labor, así como los mismos no realizarán acción alguna que genere algún interés sobre sus jefes para el desarrollo de sus tareas.

La motivación de premios e incentivos laborales debe de ser equitativo a todos los promotores y debe procurarse que beneficie a la entidad financiera por medio de resultados proyectados, los que tienen que ser provenientes del trabajo de cada promotor. De igual manera, se presenta el caso de que algunos promotores no llegan a un mes de labor y terminan abandonando su trabajo sin dar respuesta a su superior a cargo sobre

dicho acto, lo cual se da con frecuencia cada vez en caja Arequipa, por lo que se presume que no existe una motivación que permita un bienestar emocional para los mismos, o puede ser que la motivación no sea la adecuada y no llegue eficientemente a cada promotor de créditos.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿Cuál es la motivación y desempeño laboral de los promotores de crédito Caja Arequipa, Arequipa-2021?

### **1.2.2. Problema específico**

- ¿Cuáles son los objetivos que deben alcanzar los promotores de crédito Caja Arequipa, Arequipa -2021?
- ¿Cuáles son los incentivos brindados a los promotores de crédito Caja Arequipa, Arequipa -2021?
- ¿Cuál es la forma de liderazgo que reciben los promotores de crédito Caja Arequipa, Arequipa -2021?

### **1.3. Justificación de la investigación**

La motivación juega un papel muy importante en el desempeño de cada trabajador de una financiera, muchos trabajadores como promotores sufren un gran estrés de trabajo por las condiciones que les imponen, factores como la adaptación al campo, pudiendo ser controlados estos aspectos otorgando una motivación por medio de incentivos laborales; de esta manera los resultados permitirían que los promotores no abandonen su trabajo y producirían más, es decir, conseguirían más clientes con la seguridad que transmiten a las personas y tendrían más enfoque en su trabajo, aspectos que se desean en la venta de créditos.

Los créditos constituyen un aporte de crecimiento a la sociedad y promueven el desarrollo polos económicos, ello a través de satisfacer la necesidad de propietarios que requieren de un capital para plasmar una inversión, el cual se plasma a través del acceso a un crédito. Es por esto, que si los promotores se desempeñan eficientemente los clientes crediticios se encontrarán más motivados de trabajar con Caja Arequipa y la economía crecerá, por eso, se debe motivar a cada trabajador diariamente para guiarlo a su desarrollo personal y profesional.

### **1.4. Objetivos**

#### **1.4.1. Objetivo general**

Determinar la motivación y desempeño laboral de los promotores de crédito Caja Arequipa, Arequipa -2021

### **1.4.2. Objetivo específico**

- Identificar los objetivos que deben alcanzar los promotores de crédito Caja Arequipa, Arequipa -2021
- Identificar los incentivos brindados a los promotores de crédito Caja Arequipa, Arequipa -2021
- Identificar la forma de liderazgo que reciben los promotores de crédito Caja Arequipa, Arequipa -2021

## **1.5.Hipótesis**

### **1.5.1. Hipótesis principal**

La motivación hacia los promotores de crédito es muy mala, para lo cual debe de implementarse un plan de motivación para los promotores con la finalidad de que lleven sus labores más eficientemente y esto aumente la rentabilidad de Caja Arequipa.

### **1.5.2. Hipótesis secundaria**

- Los objetivos que tienen los promotores de crédito principalmente son la captación de más clientes diarios y para esto deben de recibir los promotores diariamente motivación y liderazgo
- Los incentivos que reciben los promotores de crédito de Caja Arequipa son escasos lo cual ocasiona que no estén contentos con su trabajo, ante esto debe de ponerse un plan de acción analizando cada desempeño

individual para poder medirlo y otorgar premios para que los promotores puedan motivarse más con su labor

- La manera de liderazgo que reciben los promotores de crédito de Caja Arequipa no es adecuada lo cual está perjudicando los objetivos de cartera de clientes mensual, frente a esto se debería capacitar a los promotores Inter diario para poder lograr que tengan una comunicación efectiva con los futuros clientes de Caja Arequipa

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Teorías relacionadas**

##### **2.1.1. Antecedentes internacionales**

Según (Fuentes, 2020) en su investigación “La motivación en el desempeño laboral de los empleados de los hoteles en el Cantón Quevedo, Ecuador” se concluyó que se debe considerar la independencia del representante, la cual es la forma de mejorar su inspiración, en caso de que se les permita fomentar sus capacidades de forma autónoma, sin un control desorbitado y ofreciendo valor a su objetivo principal, como responsable de una región particular, por muy insignificante que sea, la inspiración está garantizada, por esta situación los trabajadores perciben que la inspiración interior es considerablemente más significativa que la exterior, rutinariamente dependiente del efectivo, en este sentido los asociados están contentos con la compensación esencial y que se cumplan las ventajas legales obligatorias.

Según (Vega, 2016) en su investigación “Análisis de la satisfacción y el desempeño laboral en los funcionarios de la Municipalidad de Talcahuano” se concluyó que los grados de percepción obtenidos sobre la ejecución del trabajo de los representantes. Del ejemplo, son mejores de lo esperado (6, en una escala que va de 0 a 10), es decir, no hay grados bajos de ejecución. Las dos orientaciones sexuales coinciden en que se preocupan por mantener las conexiones relacionales que sustentan un espacio de trabajo encantador con sus asociados y tienen menos información sobre el manual de directrices y sistemas de bienestar y seguridad; por otra parte, en cuanto a los grados de perspicacia adquiridos sobre la realización del trabajo como norma general, las calidades

se sitúan en el rango de 3,2 y 3,6. Estos marcadores muestran que los niveles de los trabajadores son mejores de lo esperado (3, en una escala que va de 1 a 5), es decir, que hay satisfacción. Cuando se piensa en los dos sexos, éstos armonizan en tener una mayor realización en la relación que tienen con sus jefes, el reconocimiento que obtienen y por trabajar dentro de esa división, el consejo o la fundación. Por otro lado, están menos satisfechos con los acuerdos preventivos aplicados por la fundación.

### **2.1.2. Antecedentes nacionales**

Según (VÁSQUEZ, 2018) en su investigación “Motivación y desempeño laboral del personal administrativo en una empresa agroindustrial de la región Lambayeque” se concluyó que la organización agroindustrial ubicada en la Región Lambayeque muestra suficiente inspiración, debido a la gran administración de la preparación y a las satisfactorias relaciones relacionales, que crean un lugar de trabajo ideal para los representantes en la región autorizada; El personal directivo expresa que es importante enfocarse en la medición de la compensación y las ventajas para desarrollar aún más la compensación que obtienen por el trabajo que realizan; la ejecución del trabajo de la organización es satisfactoria, ya que el personal considera que los elementos y las administraciones se dan de manera suficiente, su utilidad es alta, y tienen una presentación y mentalidad valiosa para la organización en cuanto a la productividad.

Según (Cabanillas, 2017) en su investigación “Motivación y desempeño laboral en personal del departamento de patología clínica del H.N.H.U. El Agustino 2016.” Se concluyó que existe una conexión crítica entre la inspiración y la ejecución del trabajo en el personal de la rama de patología clínica de la HNHU. La relación fue inmediata (positiva) y sólida, demostrando que cuanto mayor es la inspiración, mejor es la ejecución

del trabajo; además, existe una enorme conexión entre la inspiración y la naturaleza del trabajo en el personal de la rama de patología clínica de la HNHU. La relación es inmediata (positiva) y sólida, lo que demuestra que cuanto mayor es la inspiración, mayor es la naturaleza del trabajo; existe una enorme conexión entre la inspiración y el impulso en el profesorado de la división de patología clínica de la HNHU. La relación es inmediata (positiva) y sólida, lo que demuestra que cuanto más destacada es la inspiración, más prominente es el impulso; no existe una enorme conexión entre la inspiración y las relaciones humanas en el profesorado de la rama de patología clínica de la HNHU; existe una conexión crítica entre la inspiración y el cumplimiento de objetivos en el personal de la división de patología clínica de la HNHU. La relación es inmediata (positiva) y moderada, entendiéndose que cuanto más destacada sea la inspiración, más notable será el cumplimiento de los objetivos.

### **2.1.3. Antecedentes locales**

Según (LLERENA, 2021) en su investigación “Influencia de la satisfacción en el desempeño laboral de los indicadores comerciales de los colaboradores del área de operaciones en una entidad bancaria en la ciudad de Arequipa, 2020” se concluyó que por regla general, podemos inferir que no hay impacto de las manos de cumplimiento en la ejecución de los punteros de negocio, teniendo en cuenta que el nivel de deleite de Pearson es ( $r = 0,101$ ). La relación de Pearson es ( $r = 0,101$ ), por lo que se descarta la importancia y se escoge la teoría electiva dada en la exploración, que demuestra la no presencia de la teoría electiva dada en la exploración, que demuestra la no presencia del impacto, se escoge la variable de ejecución del trabajo de los punteros del negocio, que induce que el grado de ejecución que el grado de ejecución no está influenciado por las cualidades de una tarea. atributos de una tarea.

Según (Mariño, 2018) en su investigación “Relación entre el clima organizacional y desempeño laboral de los colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito CREDICOOP Arequipa, 2018”, se concluyó que no se puede afirmar que exista una relación fraccional muy notable ( $r=0.547$ ); entre ambiente jerárquico y ejecución de trabajo de los compañeros de la asociación de crédito CREDICOOP Arequipa, es decir, mientras mejor sea el ambiente autoritario, mejor será la ejecución de trabajo de los compañeros, por lo que el ambiente jerárquico satisface un pivote mayor para la gran ejecución de trabajo dentro de la asociación de crédito ya que los compañeros deben depender de un clima suficiente que les permita tener una exposición superior y no se puede afirmar que exista una relación crítica entre ambiente autoritario y naturaleza de administración de los asociados de la asociación de crédito CREDICOOP Arequipa; es decir que el 62.0% de los compañeros ven un ambiente autoritario decente y por lo tanto dan una naturaleza de administración decente a nuestros clientes, planeando mejorar y llegar a la grandeza (99.99%) en la naturaleza de administración dada por el agradable a sus individuos.

## **2.2.Bases teóricas**

### **2.2.1. La motivación**

Según (Velazco, 2020) es algo que puede ayudar a cualquier persona a permanecer en la vida real, a cumplir los ciclos fundamentales y a realizar las actividades significativas para alcanzar un logro, un objetivo o satisfacer una necesidad específica. Cada individuo tiene varias inspiraciones, y dependerá de él/ella el nivel de inspiración que necesita para lograr lo que necesita. Por ejemplo,

un competidor que necesita participar en los Juegos Olímpicos debe ser excepcionalmente enérgico para hacer la preparación pertinente, lidiar con su rutina de alimentación, ganar títulos y agregar perspicacia para tener la opción de participar y hacerlo bien en esa ocasión. Por otra parte, un individuo que comenzará un curso universitario ya que necesita ser veterinario y su entusiasmo es ayudar a las criaturas. Estará completamente centrado en aprender y terminar las pruebas para lograr su objetivo.

### **2.2.1.1. Tipos de Motivación**

Estas son las más notables: (Reeve, 2011)

#### **2.2.1.1.1. Motivación exterior**

Es algo externo a la persona. Aquello que proviene de una perspectiva externa y es una inspiración para realizarlo. Aquí se convierten posiblemente en el factor más importante los premios que se pueden lograr como un reconocimiento de la tarea, una cantidad de dinero, o una situación aplicable en una reunión de impacto.

#### **2.2.1.1.2. Motivación natural**

Es simplemente el tipo de inspiración que proviene de uno mismo, sin perjuicio de un sentimiento de prosperidad y realización individual, ya que se identifica con los objetivos que un individuo necesita cumplir para sentirse bien. Por ejemplo, las clases de baile, trabajando en cada clase

nuestro trabajo para sentirnos mejor en todas las perspectivas, tanto físicas como mentales.

#### **2.2.1.1.3. Motivación negativa**

Para esta situación la inspiración viene dictada por alejarse de algo negativo que pueda ocurrir en el caso de que no logremos algo en concreto. Por ejemplo, una persona que necesita ponerse más en forma y se anima a hacer ejercicio para mantenerse alejado de los problemas médicos.

#### **2.2.1.1.4. Motivación positiva**

La inspiración positiva se identifica con lo que persuade a la persona a realizar este tipo de actividad a largo plazo para lograr sus objetivos. Asimismo, lo hace porque finalmente puede relajarse y las ventajas serán las que prefiera. Por ejemplo, concentrarse en una vocación universitaria que le guste.

#### **❖ El método más eficaz para ampliarlo**

- Fomente un plan de actividades decente. Divida su último objetivo en pequeñas submetas. Serán logros que cumplirá y sentirá que le acercan a su último objetivo. Acuérdate de alabar hasta el último de ellos.

- Guarda tu energía física y mental para lo que realmente necesitas conseguir. Intenta no malgastarla en cosas que te alejan o desvían de tu objetivo.
- Intenta no frenar los esfuerzos y las decisiones. Es decir, en el caso de que encuentre una forma concreta de llegar a su objetivo: hágalo. De vez en cuando hay que invertir energía, o pasar por caja, en algo del momento presente para lograr el objetivo trazado. Míralo como una especulación, no como un coste.
- Nunca deje de centrarse en su objetivo. Cuando surjan inconvenientes, reconózcalos como una característica del ciclo. Todo tiene su ganancia e inconveniente potencial. Ahora mismo has elegido avanzar hacia ese objetivo, no te preocupes esperando que debas hacer cosas difíciles para conseguirlo.
- Intenta no invertir tiempo en refunfuñar, eso sólo te quita energía y no resuelve nada.
- Impúlsate a actuar. Habrá momentos en los que tengas poca energía y diferentes ocasiones en las que debas realizar recados que no te interesan. En estos casos: contención. Impúlsate a hacerlo, no contemples si quieres hacerlo. A decir verdad, no tienes que "querer hacer" las cosas. A lo largo del día hacemos numerosas cosas que no queremos hacer y las hacemos, y cuando las hacemos, entendemos que no son tan enormes. Lo primero es terminar y después viene el anhelo. Me ocupo de los asuntos, no reflexiono si me apetece.

- Aprovecha los días en los que estás más animado, esperanzado y con más energía para hacer las cosas que te echan para atrás. Es en esos minutos cuando realmente querrás llevar a cabo una empresa problemática o podrás llamar a ese individuo con el que crees que es difícil hablar.
- Rodéate de personas esperanzadas, que luchen por lo que tienen que conseguir. Todo es contagioso, la negatividad y la buena fe.
- Céntrate en lo que has conseguido, no en lo que actualmente parece que no puedes conseguir.
- Es más, lo más importante: participa en la excursión. Ya que las personas participan en la alucinación cuando luchan por las cosas, no cuando las logran. Cuando hayas cumplido tu objetivo, deberás buscar otro para que tus expectativas vuelvan a aumentar.

### **2.2.1.2. Clases de motivación**

#### **2.2.1.2.1. Intrínseca**

Considerada como una especie de inspiración segura (que caracterizaremos más adelante), la inspiración natural se identifica con nuestros anhelos e impulsos interiores.

Como su nombre recomienda, la inspiración inherente proviene de nosotros mismos y se dirige a investigar, aprender y adquirir premios interiores satisfactorios (deleite, serenidad, felicidad,...). Tal y como indican numerosas hipótesis mentales, cuando un individuo está

característicamente espoleado, está obligado a seguir esta inspiración a un ritmo innegable y a cumplir, en consecuencia, sus objetivos.

#### **2.2.1.2.2. Extrínseca**

Para esta situación, prescindiendo de tener una dirección positiva, la inspiración externa tiene su punto de partida fuera de nosotros, es decir, es iniciada por nuestra circunstancia actual. Este tipo de inspiración en la ciencia del cerebro se caracteriza como aquellas fuerzas impulsoras y componentes del exterior que elevan nuestra inspiración y dirigen nuestras actividades hacia la búsqueda de una mejora positiva exterior.

#### **2.2.1.2.3. La homeostasis**

Según (Freeman, 2017) es una palabra notable, utilizada en la ciencia, sin embargo puede muy bien ser útil con respecto a la pandemia que estamos encontrando. La homeostasis tiene que ver con la armonía y simultáneamente con la irregularidad. Nos habla, por tanto, de un razonable desnivel, o de una constante irregularidad. La vida es un misterio no adulterado. El individuo ha tenido siempre la impresión de vivir en un mundo estable. Nada ocurre en ningún momento y las montañas no cambian de lugar. También, eso es válido, sin embargo, sólo en la medida de la edad humana. En el pasado esas montañas que sostienen la línea del horizonte eran la parte inferior de un océano, o una enorme cámara de magma del tranvía.

Tampoco las masas de tierra han estado quietas en ningún momento. De hecho, todavía están en movimiento. La tierra se aísla, se reúne, se desmorona. Son maravillas terrestres, impulsadas por poderes colosales que trabajan en el interior de la Tierra, donde se encuentra el evaporador de su motor. El medio ambiente también ha cambiado, y lo hemos visto. Simplemente, un siglo antes, las masas de hielo eran sustancialmente más amplias que en la actualidad. Podemos verlo en viejas postales. Sin saberlo, nuestros abuelos y abuelas increíbles habitaron el final de una pequeña glaciación.

Sin embargo, en realidad tampoco hay constancia en la ciencia, a cualquier escala. Las especies se enfrentan siempre a las emergencias, no conocen otro tipo de presencia. Podríamos afirmar que los seres vivos están continuamente experimentando una emergencia o recuperándola. Podríamos ir más allá y expresar que un grupo de animales está constantemente muy cerca de la aniquilación. La aniquilación consiste, justamente, en no haber tenido la opción de vencer la última emergencia.

#### **2.2.1.2.4. Los estímulos**

Según (Feist, 2015) son señales táctiles, motrices e intelectuales que se envían desde una pieza concreta del ser vivo para anticipar una reacción del cerebro o del órgano objetivo. Para hablar con el exterior, el cuerpo humano necesita unos cuantos marcos y diseños particulares, cada

uno de ellos responsable de satisfacer una capacidad concreta. Uno de estos marcos es responsable de recibir las mejoras y enviarlas a las partes relacionadas del sistema sensorial focal.

### **2.2.1.3. Clasificación**

Dependiendo del tipo de señal que vea el cuerpo, las mejoras pueden denominarse de la siguiente manera (Louzã, 2016)

- Tangibles: son visuales, auditivas y materiales.
- Motor: incorporan habilidades de motor finas y gruesas.
- Intelectuales: trabajan directamente con los focos superiores del sistema sensorial focal, por ejemplo, se ocupan del pensamiento, el lenguaje, la racionalidad, la ciencia, entre otros.

#### **2.2.1.3.1. Percepción de estímulos**

Dado que cada mejora se considera un signo alternativo según lo indicado por el marco que se anima, esto decidirá cómo se ven. Así, cuando se realizan ejercicios que incorporan sombreados y figuras, se vigoriza la vista; si se utilizan sonidos y música, se considera audible; al contactar o amasar la piel, es material; por último, si se incorporan desarrollos corporales y mímica, se trata la parte motriz y la coordinación. (Louzã, 2016)

También hay un tipo de incitación que alude al lenguaje, que se completa cuando se utiliza la voz, la reiteración de palabras y los sonidos.

Cuando se descargan las actualizaciones, los receptores relacionados la reciben y la envían a las aletas o estructuras mentales que son responsables de hacer una reacción.

#### **2.2.1.3.2. Causas de estímulos**

En el momento en que se producen señales a través de sonidos, matices, desarrollos y diferentes tipos de ejercicios, los receptores situados en las distintas piezas del cuerpo (piel, oído, ojos, boca, nariz) se ponen en marcha para enviarlas al tálamo, cerebelo y corteza cerebral. Entonces, en ese momento, debido a estas vías actuadas es que podemos ver y hacer conocer las mejoras realizadas. (Louzã, 2016)

#### **2.2.1.3.3. La necesidad**

Según (Heller, 2018) es la escasez de algo considerado básico. Esta palabra se utiliza además para significar compromiso. Además, alude a un momento difícil por el que alguien está pasando. Particularmente en el plural, 'necesidades' significa sustancialmente la salida de orina o excremento. En la ciencia del cerebro, una necesidad es un impulso que surge de una condición de presión debido a una necesidad particular. Viene del latín *necessitas*, - *ātis*. Muy bien puede caracterizarse como la condición de un individuo comparable a los medios importantes o valiosos

para su realidad y mejora. Así, permite a cada individuo contara con un medios útiles o fundamental para su realidad y avance.

## **TIPOS**

Según (Tirado, 2015) existen cuatro tipos de necesidades:

### **Necesidades de instrucción**

Esta idea se utiliza en el campo de la instrucción para aludir a los atributos de los alumnos con cualidades explícitas de aprendizaje. Pueden ser físicas, mentales o derivadas de circunstancias individuales (por ejemplo, la integración tardía en el marco educativo o la ausencia de información sobre el idioma). El tratamiento de los alumnos con altas capacidades inteligentes también se considera una necesidad educativa única. Para responder a este tipo de necesidades educativas, normalmente se llevan a cabo proyectos educativos que comprenden varios tipos de ayuda y consideración dependiendo de varios factores, por ejemplo, los recursos disponibles o la edad del alumno. Una medida típica es realizar transformaciones curriculares.

### **Necesidades sociales**

Una necesidad social es una progresión de requisitos previos normales de un público en general según los medios fundamentales y valiosos para su realidad y mejora. La reacción a estas necesidades incluye el

cumplimiento impermanente o extremadamente duradero de las necesidades de un pueblo. Se consideran necesidades sociales aquellas que son compartidas por una población, como el alojamiento, la seguridad y la formación.

### **Necesidades esenciales**

Las necesidades esenciales son una progresión de componentes cuya escasez o inasistencia provoca una condición de necesidad. Las necesidades fundamentales de las personas pueden verse como la admisión al alojamiento, las administraciones de bienestar, la formación y el límite monetario. Las necesidades fundamentales se identifican directamente con las libertades básicas. Las necesidades fundamentales insatisfechas son un registro o una estrategia utilizada para decidir las necesidades esenciales que existen en una población determinada para distinguir, calificar y medir algunos componentes de la indigencia primaria.

### **Las necesidades de Maslow**

El analista estadounidense Abraham Maslow fomentó una hipótesis sobre la inspiración y las necesidades humanas. En ella, expresó que la satisfacción de las necesidades humanas más esenciales crea progresivamente diferentes tipos de necesidades. Así, las necesidades humanas se caracterizan progresivamente y esto es lo que se conoce como la pirámide de Maslow o la cadena de importancia de las

necesidades humanas. En la base están las necesidades fisiológicas (por ejemplo, respirar o alimentarse), en un nivel más significativo están las necesidades de seguridad (garantía, fiabilidad, etc.) A continuación, vienen las necesidades de conexión o reconocimiento social (amor, tener un lugar, etc.) En un nivel superior están simplemente las necesidades de reconocimiento (certeza, consideración, logro, estatus, etc.) Por último, están simplemente las necesidades de realización.

#### **2.2.1.4. La iniciativa**

Según (Carber, 2016) es la capacidad experta de proponer, crear o idear actividades propias. Es una cualidad importante para los negocios, ya que nos permite esperar ocasiones, creando pensamientos inventivos. Es significativo que nunca sintamos que el pensamiento que proponemos es ininteligible o que no tiene ni rima ni razón; posteriormente no tendremos nunca la opción de ser individuos con empuje. La preocupación central para tener empuje es perder el miedo a ser descartado porque cualquier pensamiento es superior a ningún pensamiento.

#### **2.2.1.5. El comportamiento**

Según (Gómez, 2016) es la manera en que un individuo actúa o se comporta a lo largo de la vida cotidiana o de algún otro entretenimiento social. En otras palabras, la conducta es la manera en que los individuos o las entidades orgánicas continúan incluso con las diversas actualizaciones que obtienen y que son comparables al clima en el que se crean.

#### **2.2.1.5.1. Tipos de comportamiento**

Para (Mamani, 2016) existen dos tipos de comportamiento:

**Inconsciente:** se crea de forma consecuente, es decir, el individuo no se para a pensar o reflexionar sobre la conducta que va a crear, le viene directamente, por ejemplo, nos cogemos el dedo al golpearlo con la pata de la cama.

**Privada:** será la que se cultiva inequívocamente en el círculo individual, en la cercanía del hogar o en el aislamiento; y después, la conducta pública, infiere indiscutiblemente lo contrario, pues la fomentamos ante otras personas o en los espacios abiertos donde coincidimos con el resto de la sociedad o ámbito local.

#### **2.2.1.6. La satisfacción**

Para (Lutis, 2017) puede caracterizarse como la creencia, la condición entusiasta del trabajador respecto a la organización y al trabajo que actúa en ella. Es un discernimiento abstracto positivo que es esencialmente la consecuencia de la experiencia del representante, pero además de diferentes cuestiones de las que hablaremos más adelante. A decir verdad, la prueba para la organización es hacer que este cumplimiento del trabajo dependa de cuestiones sustanciales y sensatas.

En el caso de que echemos un vistazo a la cuestión según una perspectiva más amplia, el requisito de la realización del trabajo cubre con la inspiración humana en general. Si de alguna manera consideráramos la pirámide de necesidades de Maslow, en la base aseguraríamos la seguridad de la posición y tener un lugar con una asociación fuerte. En el centro pondríamos la realización en los resultados y el reconocimiento, al igual que la sensación de tener un lugar con la organización. En la cúspide descubriríamos la autosatisfacción, o lo que es lo mismo: la satisfacción de la posición.

### **2.2.2. El desempeño laboral**

Según (Chiavenato, 2019) cuando hablamos de desempeño laboral, nos referimos a la naturaleza de la ayuda o del trabajo realizado por el representante dentro de la asociación. Esto incorpora todo, desde las habilidades competentes hasta las habilidades relacionales, y afecta directamente a los resultados de la asociación. Para decirlo claramente, se trata de cómo actúa un representante y cómo hace su trabajo, y cómo esto afecta a la empresa, tanto de forma enfática como adversa. En definitiva, por eso es fundamental para medirlo. No sólo porque una mala actuación puede perjudicar a la organización, sino también porque una buena ejecución puede inspirar y acercarnos a nuestro objetivo final.

Sin embargo, es importante que los resultados no son lo único que importa, sino que son sólo un resultado intermedio de la ejecución del trabajo. En efecto, son muchos los componentes que intervienen. Esto es especialmente evidente en el caso de los representantes de ventas. Por ejemplo, independientemente de que

un vendedor haga su trabajo de forma competente, no cabe duda de que los tratos caerán debido a una emergencia financiera general.

### **Aspectos a considerar**

Para (Dessler, 2017) existen aspectos muy importantes para el desempeño laboral los cuales son:

**Eficiencia y calidad** - Un representante debe guiarse por objetivos explícitos y cumplirlos en el plazo previsto. Esto se llama eficiencia. Una base que generalmente podemos controlar a través de una mano de obra útil y dando los mejores dispositivos a la exposición del representante para ser tan potente como realmente se podría esperar. Ya que, a pesar de la eficacia, también debe haber calidad.

**La productividad** - Más allá de la utilidad y la calidad, la productividad es responsable de incorporar los dos puntos de vista en un todo. En consecuencia, la competencia es fundamentalmente la forma en que un representante transmite su trabajo en el plazo previsto, bajo los destinos establecidos y que tanto la organización como el cliente están contentos con el resultado.

**Presencia en el lugar de trabajo** - Su representante es eficaz, útil y su trabajo es de primera categoría, pero... ¿cómo van sus objetivos y aspiraciones? ¿Mantiene una conexión decente con el resto del grupo o su imagen personal divide a la asociación? Estos ángulos más entusiastas también deben tenerse en cuenta a la hora de evaluar la ejecución del puesto.

**Disposición:** La actitud es igualmente crucial en la ejecución del trabajo, a decir verdad, influye en la utilidad y en el lugar de trabajo.

**Esfuerzo:** la ejecución del trabajo también puede estimarse en estos términos.

**Cooperación:** organizarse adecuadamente con otros compañeros es fundamental para los resultados de la empresa.

### **2.2.2.1. La extraversión**

La extraversión según (Walt, 2017) es una de las cinco características del carácter de la hipótesis de los Cinco Grandes. Demuestra lo extravertido y amable que es un individuo. Un individuo que puntúa alto en extraversión en un test de carácter es la energía que todo el mundo necesita. Estos individuos aprecian la asociación con las personas, se interesan por las fiestas y están dispuestos a ir. Un individuo con una puntuación baja en extraversión es menos abierto y está más dispuesto a trabajar solo.

Existen tres tipos de extroversión para (Walt, 2017) los cuales son:

#### **2.2.2.1.1. Extraversión con nivel alto**

Los individuos con una puntuación alta de extraversión en un test de profesión buscarán en general la organización y el consuelo de los demás. Aprecian la comunicación con el resto del mundo. Estas personas aprecian ser animadas, y están entusiasmadas y dispuestas a la actividad. Les gusta ser el centro de atención en las reuniones.

El inverso perfecto son las personas contemplativas. Estos individuos son menos expresivos y tienen menos energía que los extravertidos. Están menos comprometidos con los ejercicios sociales y en general serán individuos tranquilos y guardados. Un solitario no necesita molestarse con la incitación externa de los extravertidos. Descubra más con respecto a sus Cinco Grandes atributos y evalúe su carácter realizando un test de carácter gratuito en la web.

#### **2.2.2.1.2. Rasgos de la extraversión**

Cada uno de los Cinco Grandes atributos del carácter se compone de seis aspectos o características subordinadas. Éstas pueden ser encuestadas de forma autónoma a la característica a la que corresponden en un test de carácter. Los atributos subordinados del espacio de la extraversión son

- Influencia
- Gregoriedad
- Confianza
- Acción
- Excitación/sentimiento de persecución
- Sentimientos positivos

### **2.2.2.1.3. Vocaciones y extraversión característica**

Varios puestos requieren diversos grados de extraversión. Un grado innegable de extraversión puede ser valioso en puestos que requieren mucha conexión con los demás, como la publicidad, la instrucción y los tratos. Los puestos que se centran más en el trabajo autónomo y solitario podrían ser más razonables para individuos con un grado bajo de extraversión.

### **2.2.2.2. La disponibilidad**

Según (Bautista, 2016) es la posibilidad de que una cosa o una persona esté disponible cuando se la necesita. La accesibilidad alude a esta presencia práctica que permite ofrecer respuestas, abordar problemas o sólo prestar una asistencia restringida. De este modo, se puede decir que un artículo concreto está listo para desplazarse, que un especialista está accesible para atender las preguntas, que un dispositivo está accesible para su uso, etc.

En cuanto a la oferta de administraciones, la accesibilidad de las respuestas y la atención al cliente, por ejemplo, es una situación en la que se está disponible cuando se requiere la presencia de fuerza de trabajo preparada. Otro modelo podría ser la forma en que una madre es accesible para centrarse realmente en su hijo. Esta carga de modelos muestra la posibilidad de confiar en una persona o cosa para el objetivo de un asunto, para obtener una ventaja, para la ayuda a nivel funcional, etc.

Cuando una persona o cosa es inaccesible, alude a su falta de disponibilidad para prestar ayuda cuando se requiere, o esencialmente a tener algún tipo de acción que la funde. Esa es la razón por la que en cierto modo la inaccesibilidad alude a la no aparición, a pesar de que se acepte que esa cosa o individuo está disponible: su no asistencia debe aludir a un nivel utilitario.

### **2.2.2.3. La estabilidad emocional**

Según (Dweck, 2017) es uno de los cinco factores significativos del carácter y es algo contrario a lo que regularmente se llama neuroticismo o inestabilidad entusiasta. La investigación del carácter consiste en concentrarse en los contrastes individuales. En general, se utiliza el modelo de los cinco factores del carácter. Según este modelo, el carácter se considera aislado en cinco partes fundamentales que caracterizan mejor a un individuo y describen sus disparidades con los demás. Estos cinco componentes son la fuerza entusiasta (o neuroticismo), la extroversión, la receptividad, la obligación y la idoneidad.

Las investigaciones sobre el cerebro separan el comportamiento del carácter. El comportamiento es la parte de nuestro carácter que se adquiere o tiene un comienzo orgánico, estando disponible desde el nacimiento. El carácter, por su parte, es la consecuencia de la comunicación entre la personalidad y el impacto ecológico. En otras palabras, la personalidad puede verse alterada por los encuentros y descubrimientos por los que pasa un individuo.

La solidez pasional es uno de los principales factores del carácter. Aclara la inclinación de ciertos individuos a estar más indefensos ante cuestiones de desánimo y malestar cuando experimentan circunstancias angustiosas y se ha identificado con una mayor o menor realización en diferentes cuestiones cotidianas al igual que con la capacidad de afrontar la vida en general. En general, la gran mayoría se sitúa en un punto intermedio en un continuo que va desde una gran solidez pasional hasta un nivel grave de neuroticismo o debilidad entusiasta. Aunque el nivel de dependencia entusiasta de un individuo suele ser constante a largo plazo, no es extraño que haya fases de mayor o menor fortaleza, dependiendo de los encuentros y las tensiones a las que esté sometido el individuo.

#### **2.2.2.3.1. Niveles de estabilidad emocional**

Para (Campayo, 2017) existen tres niveles de estabilidad emocional:

##### **Alta**

Los individuos con alta estabilidad entusiasta tienen un poder más notable sobre sus sentimientos y no se dejan influenciar sin esfuerzo por las preocupaciones o dificultades de la vida. Sus sentimientos son más estables, no presentan indicios psicóticos o de auto-tortura, tienen una forma práctica de enfrentarse a la vida, se muestran comedidos, tranquilos, persistentes y sólidos. Son auténticamente experimentados y estables, con una decente capacidad para manejar sus sentimientos y planificar su vida, oponen sus motivaciones y su capacidad de forma adaptable pero controlada. Saben enfrentarse a la realidad sin huir de ella.

A pesar de que pueden sentirse mal de vez en cuando, se liberan en general de determinados sentimientos negativos. En el momento en que experimentan un amplio grado de estrés y, de este modo, sentimientos negativos más excepcionales, están igualmente preparados para controlarlos sin dejarse arrebatar por ellos y retroceder eficazmente, dejando atrás el pasado.

Los individuos con alta firmeza pasional soportan bien la presión de la vida, los problemas y las dificultades sin sentirse especialmente inquietos, tensos, furiosos, apesadumbrados o indefensos, teniendo la opción de mantener su nivel de cabeza en estas circunstancias.

### **Baja**

El individuo con baja firmeza entusiasta soporta la insatisfacción o el estrés de forma ineficaz. No puede trabajar bien cuando los estados de su vida no son absolutamente agradables y a pesar de las desgracias, los problemas, las ocasiones inesperadas o las decepciones de la existencia cotidiana, responde con precariedad y con graves sentimientos negativos, como la inquietud, la amargura, la indignación, la responsabilidad, etc. Son jóvenes, distraídos, indiscretos, imprudentes, inquietos, intranquilos y engañosos.

Son individuos huidizos, que intentan eludir y negar la realidad y presentan indicios masoquistas como miedos, problemas de malestar, agravios de descanso, agravios sustanciales, etc. Son temperamentales en sus mentalidades e intereses, se alteran con facilidad y en general se rinden sin

ningún problema. Pueden tener aprensiones sin sentido, la mayor parte del tiempo sienten sentimientos negativos, se aferran al odio hacia los demás, no descuidan sin esfuerzo las ocasiones adversas y están increíblemente influenciados por ellas. Estos individuos experimentan con frecuencia problemas para adaptarse a la vida en sus diferentes puntos de vista; piensan que es difícil adaptarse a la presión, decidir o hacerse cargo de los problemas, ya que son efectivamente dominados por ellos.

Los individuos impulsivos están obligados a considerar lo normal como comprometedor y a descifrar las pequeñas insatisfacciones de la existencia cotidiana como terriblemente problemáticas, irresolubles o cataclísmicas. Sus respuestas pasionales negativas perseverarán en general durante bastante tiempo, lo que implica que experimentan tales sentimientos una parte importante del tiempo.

### **Solidez y alegría pasional**

A pesar de que antes se pensaba que la extraversión se identificaba más firmemente con la felicidad y la realización vital, se ha comprobado que, en realidad, el grado de extraversión/introspección de un individuo no es tan significativo como el grado de solidez pasional. Los individuos con una seguridad pasional más prominente son más alegres y más felices con sus vidas en general.

### **2.1.1.1. La actitud**

Según (Myers, 2014) es el comportamiento es la condición que coordina la conducta del hombre en cualquier circunstancia de la vida. Refleja el objetivo y la razón que tiene un individuo cuando actúa. Las perspectivas pueden ser positivas o contrarias y pueden influir en la circunstancia actual de los individuos, por eso es significativo que un individuo tenga una mentalidad decente para garantizar una satisfacción personal decente.

### **2.2.2.3.2. Clases de actitud**

Para (Byrne, 2016) existen muchas clases de actitud pero considera las mas importantes:

#### **Positiva**

Por sorprendente que parezca, unos cuantos exámenes (con grupos de ejemplos extremadamente enormes) han demostrado que una perspectiva edificante hacia la vida puede disminuir la mortalidad individual. En uno de estos estudios, con más de 7.000 mujeres analizadas, se comprobó que, en un intervalo de 12 años, las mujeres positivas eran un 30% menos propensas a fallecer (generalmente por insuficiencia respiratoria).

La perspectiva edificante no dependía de cubrir las ocasiones terribles e imaginar que no existen: está ligada a la búsqueda de los mejores resultados en las circunstancias más notablemente horribles, ya que esto le

da al individuo una fuerza más prominente y una resolución para lidiar con sus preocupaciones adecuadamente.

### **Pesimista**

Hemos evitado intencionadamente la expresión "negativo", ya que gran parte de las mentalidades que mostraremos en este resumen son, sin peros, imparcialmente negativas. El pesimismo es una de ellas, es decir, sentir que la lucha está perdida de antemano. Una mentalidad pesimista fomenta la desmotivación y la ausencia de fe en uno mismo, lo que obviamente se traduce en resultados más terribles. En el caso de que aceptes que algo que vas a hacer va a salir mal, es concebible que así sea.

### **Latente**

El individuo latente se describe por un extraordinario oficio para ser controlado, una ausencia de confianza, desdicha y una sensación de "ser imperceptible para los demás". En nuestra realidad actual, en la que quien grita con más intensidad es el más atendido, hacerse a un lado y confiar en que las cosas se arreglarán solas nunca es una opción. Los terapeutas comprueban este comportamiento a través de métodos de decisión, ya que hacerse entender (con gracia) es algo que nos conviene a todos.

### **Desinteresada**

En el mundo normal, la filantropía es un término excepcionalmente dudoso. La penitencia para apoyar a los demás es una idea de la que se duda persistentemente, a la luz del hecho de que, eventualmente, hay muy a menudo una ventaja en la representación o en el interés de alguien

(independientemente de si se trata de una expansión en la satisfacción propia o en la posición social). En cualquier caso, ser benevolente con los demás es siempre seguro.

### **Imparcial**

Este tipo de disposición se introduce con poca frecuencia, ya que se caracteriza por ser un instrumento en el que el singular modificado trabaja a partir de sus discernimientos y sentimientos y advierte las circunstancias según una perspectiva objetiva. Como todos saben, dejar atrás las variables emocionales y de nivel al tomar una decisión sobre una idea es frecuentemente asombrosamente difícil para las personas.

### **Contundente**

Este tipo de comportamiento alude a un montón de diseños de acciones individuales que pueden mostrarse con fuerza cambiante, pasando de la lucha real a las señales o palabras, que aparecen durante la comunicación con un particular. Este método precipitado de manejar las cosas es sin duda el enfoque más ideal para ganar a un adversario.

### **Compasiva**

La compasión se describe poniéndose en el lugar del otro individuo, teniendo la opción de obtener sus procesos de pensamiento y sus razones y actuando de la misma manera. En consecuencia, un individuo con mentalidad compasiva se inclinará por comprender a su compañero antes de necesitar legitimar sus sentimientos y procesos de pensamiento en la actividad. Recordemos que la simpatía no sólo se basa en la sintonía, sino que además requiere disimulo y comprensión.

### **Adaptable**

Los individuos con perspectivas adaptables se caracterizan por tener la opción de ajustarse a las circunstancias de los demás sin descartar sus propias cualidades inherentes. Esto permite a estas personas comprender más fácilmente la idea de la vida misma: el clima cambia más allá de nuestros anhelos y expectativas, y por lo tanto, adaptarse a él es importante para nuestra prosperidad psicológica y real.

### **Decidida**

Un ejemplo inquebrantable de conducta y pensamiento provoca una disposición resuelta. Los individuos con esta cualidad necesitan tener su circunstancia actual bajo control absoluto (conocerla y gobernarla) y cuando ésta no es la situación, se sienten dominados e incómodos, en vista de que hay poderes que escapan a los suyos. Ser claro y franco puede ser prudente algunas veces, pero por regla general, una mentalidad decidida traerá en general numerosos problemas.

### **Moralista**

Utilizar la cualidad profunda como impulso principal imperativo puede ser positivo, ya que intentar seguir basándose en una progresión de principios amistosos y mentales establecidos puede traer ventajas individuales específicas. Sea como fuere, un individuo con una mentalidad moralista podría ser miope, ya que la persona está ignorando una progresión de puntos de vista y percepciones importantes (que están fuera del alcance de la cualidad ética) para comprender el clima en general.

### **Agnóstica**

El agnosticismo depende de mantener el límite de la obtención de información, la presencia y el valor, siendo todo igual. Finalmente, todo se reduce a la nada, y en consecuencia, nada es de buen augurio. Este tipo de comportamiento puede ser extremadamente arriesgado, debido a que más allá de la diversión filosófica, subvierte la voluntad y los límites individuales. Recordemos: una perspectiva básica puede ser útil, siempre y cuando se busquen arreglos para el tema que se está presentando.

### **Dudosa**

Este tipo de disposición es retratado por una duda extrema de cualquier tipo de actualización, ya que el individuo es regularmente dudoso de los objetivos guardados, las intenciones complejas o los poderes más allá de la situación actual.

#### **2.2.2.4. La experiencia**

Según (Dubet, 2015) la experiencia, en términos cotidianos, sería la dificultad y el intento de algo a lo largo de la vida diaria. Cuanto más se trabaja en algo, más se aprende y se deduce, se adquiere información sobre ese algo convirtiéndose en un especialista en algún espacio y/o astuto a lo largo de la vida cotidiana.

#### **2.2.2.4.1. La experiencia según la perspectiva del razonamiento**

En general, la idea de implicación alude a la información procedimental, es decir, a cómo hacer cualquiera de las cosas, en contraposición a la información auténtica de las cosas seguras. En la perspectiva del razonamiento, este tipo de información, basada y fabricada únicamente a través de la experiencia, se trata normalmente como información exacta o información deducida. Y además desde ella, en definitiva, desde la hermenéutica filosófica, se sostiene que los encuentros son concebibles en el caso de que tengamos supuestos, por lo que se acepta que el individuo con experiencia no será la persona que más encuentros haya acumulado sino la que pueda soportar el coste de los mismos. Además, aunque este pensamiento es genuino, también es un hecho que como referenciamos anteriormente, la edad, efectivamente, también va a marcar el grado de implicación que tiene uno u otro individuo. (Dubet, 2015)

#### **2.2.2.4.2. La experiencia como vía para la inteligencia**

Dado que la experiencia siempre fomenta la inteligencia, y a pesar de que la percepción puede obtenerse tras la obtención de una disciplina, una prueba o la experiencia de cualquier otra cuestión que genere desarrollos internos específicos, el acercamiento a las personas más consolidadas, que han progresado de forma significativa, es el enfoque más idóneo para garantizar la percepción, ya que la organización de estas personas será siempre más productiva que la de los inexpertos.

Trágicamente, hoy en día, en nuestro modo de vida, los ancianos no son generalmente justificados exactamente a la luz de esa tremenda experiencia que los años reunidos les han dejado, sino que más bien ocurre lo contrario en ciertas situaciones únicas y son dejados de lado ya que son vistos como en este punto no valiosos, ofreciendo inclinación a la sangre joven todo considerado. A pesar de que es correcto pensar que para ciertos ejercicios se necesitan jóvenes que puedan mostrar una energía que un adulto más establecido no pudo, esto también debe ser compensado con la experiencia que puede aportar un individuo más experimentado. En cualquier caso, como hemos dicho efectivamente, hoy en día es excepcionalmente normal que se les desestime y se les deje de lado. (Dubet, 2015)

La cultura oriental, es importante, ha sido generalmente un caso especial para esto, ya que da a los mayores una posición de ventaja y reconocimiento en el ámbito público. Se les insta a participar y no se les relega precisamente por el hecho de que se les percibe por la tremenda información que los años les han dejado y que pueden aportar para que las nuevas edades se beneficien de ellos. Como definitivamente sabemos, los occidentales y los orientales contrastan en muchos temas y en esta marca de reconocimiento y premio al mayor, para pensar en él como astuto, no destinado a lo que piensa sobre uno u otro tema sino por la experiencia acumulada a través del tiempo, hay sin duda un abismo que es, obviamente, a la inversa para la cultura occidental.

#### **2.2.2.5. El liderazgo**

Según (Goleman, 2014) es un conjunto de habilidades que sirven para liderar y acompañar a un grupo de personas. Sin embargo, un pionero no está simplemente preparado para influir en su reunión, sino también para aportar ideas inventivas y estimular a cada miembro para que dé lo mejor de sí mismo.

**El establecimiento de objetivos y suposiciones es fundamental para que los grupos cooperen con una meta típica.**

Un individuo que se coordina hacia un objetivo razonable y fijo se esforzará de forma concentrada y con mayor seguridad, ya que se da cuenta de lo que se espera de él en general. Por eso es fundamental que un pionero transmita a sus grupos cuál es la misión, la visión y el sistema. Puede empezar por plantear un objetivo aspirante a largo plazo y, poco a poco, ir seccionando recados más modestos con resultados más pronto que persuadan a su grupo y lo mantengan centrado en la meta. (Goleman, 2014)

#### **Poner recursos en las personas**

La capacidad humana es la variable más significativa e importante de cualquier asociación. Por lo tanto, suponiendo que necesite personas cualificadas, debe invertir recursos en su formación y preparación. En primer lugar, debe elegir aquellos perfiles que acepte que tienen potencial en aquellos espacios y divisiones que le ayudarán a cumplir el objetivo y cuando sean

esenciales para su grupo, ponga recursos en ellos para que sigan avanzando, para que se desarrollen de forma experta y con ellos, hacer que la asociación se desarrolle hacia el objetivo marcado. Las personas con características de iniciativa pueden percibir habilidades y conocimientos poco comunes para utilizarlos en ayuda de la organización. (Goleman, 2014)

### **Habilitar la capacidad**

Elabore planes profesionales para cada una de las personas que trabajan con usted. Realice evaluaciones de la ejecución con ellos y aporte información legítima sobre sus cualidades y regiones de desarrollo. Por otra parte, los individuos dotados suelen ser impulsados simultáneamente, por lo que no es en todos los casos sencillo mantenerlos. Por lo tanto, es fundamental para sostener y estimular a los trabajadores cualificados. Otra fijación clave es la responsabilidad, que debe lograrse mediante una correspondencia aceptable entre los ejecutivos y los trabajadores. Esto hará que se sientan persuadidos y realizados. (Goleman, 2014)

### **La correspondencia, el camino hacia una administración poderosa**

Es vital que se trabaje la correspondencia como componente fundamental para comunicar cualidades a su grupo. La clave es transmitir de forma directa, evidente y sucinta. No obstante, esta progresión de la correspondencia y los datos no puede ser unilateral. Los grandes pioneros siempre están atentos a las preocupaciones de sus representantes. La

correspondencia y la administración van unidas a la cadera en lo que respecta a los jefes actuales... además, a los próximos pioneros. (Goleman, 2014)

### **Atención plena**

La atención indivisa incluye notar y dirigirse, adaptabilidad y confianza, receptividad e inmovilidad. No se trata simplemente de saber qué necesidades tienen los grupos, sino de prestarles atención de forma efectiva, es decir, de reunir todas sus ideas y compromisos e incorporarlos. Cuando la atención del grupo es total, los compañeros comprenden y entienden mejor la justificación de su trabajo. Amplían su visión y rumbo según lo indicado por sus sistemas y objetivos. (Goleman, 2014)

### **La energía y el alma del progreso**

Estas son cualidades fundamentales en cualquier pionero que intente ser un individuo de referencia dentro de sus grupos. Para lograrlo, es necesario crear un grupo de trabajo sólido, esperanzado, divertido, impulsado y que se ponga a prueba. Persuadir y motivar a sus trabajadores y potenciar su energía para los proyectos es una de las principales habilidades y la forma de progresar. Los trabajadores persuadidos son representantes aceptables. Cuanto más consciente seas de tus propias habilidades y más abierto estés a ellas, más fructífero serás como pionero. (Goleman, 2014)

### **Muestre a los demás cómo se hace**

Albert Einstein dijo que "el modelo no es el enfoque más ideal para educar, es la forma principal" y esta expresión es un buen presagio cuando se

habla de la conexión entre un pionero y su grupo. Debe esforzarse rápidamente, asumir las obligaciones que ayuden a su posición y, al mismo tiempo, hacerlo con autenticidad, moral y validez. Intente no profesar lo que no es. La capacidad de iniciativa puede considerarse igualmente como la capacidad de renunciar a la responsabilidad y a las tareas de representación. Las personas que trasladan la responsabilidad a sus trabajadores les espolean y garantizan su fiabilidad. (Goleman, 2014)

## **2.3. Definición de términos**

### **2.3.1. Trabajador**

Un trabajador es un individuo que ofrece tipos de asistencia que son pagados por otra persona, a la que el especialista está subordinado, y puede ser un particular, una organización o un establecimiento. (Chiavenato, 2019)

### **2.3.2. Desempeño**

Es el resultado comunicado por el compromiso, el límite y el esfuerzo individual y, además, agregado, siendo cuantificable para acompañar y ver lo que se ha hecho, como seguro o negativo, y en este sistema surge la posibilidad de picar los enfoques para mejorar al igual que para identificar los problemas que podrían estar desmoronando o restringiendo la ejecución. (Cabanillas, 2017)

### **2.3.3. Administrativos**

Es una persona utilizada en la organización de una organización u otro elemento. Su misión es organizar, ordenar y dirigir diferentes asuntos bajo su responsabilidad. (Taylor, 2000)

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.1. Tipo de investigación**

El tipo de investigación que utilizamos es la aplicada; para Hernández, Fernández, & Baptista (2014) esta investigación es esencial para la aplicación de un instrumento en campo

#### **1.2. Población y muestra**

La población está considerada por 115 promotores de las agencias de Caja Arequipa de la provincia de Arequipa

Vara (2012) nos dice que la muestra es una cantidad extraída de una población de estudio en la investigación, esta muestra puede variar de acuerdo a la investigación; puede usarse una formula en caso sea una investigación de mercado o una que involucre una población muy grande y puede usarse en cuenta al criterio cuando la investigación tiene una población pequeña.

En este caso por tener una población pequeña la muestra estará considerada por la misma cantidad que son los 115 promotores de las agencias de Caja Arequipa

### 1.3. Operacionalización de variables



*Operacionalización de*

*Variables*

<b>Variables</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Unidad de medición</b>
<b>Variable independiente: Motivación</b>	Estimulo	Escala
	Necesidad	Escala
	Iniciativa	Ordinal
	Comportamiento	Ordinal
	Satisfacción	Ordinal
<b>Variable dependiente: Desempeño laboral</b>	Extraversión	Escala
	Disponibilidad	Ordinal
	Estabilidad emocional	Nominal
	Actitud	Ordinal
	Experiencia	Nominal
	Liderazgo	Nominal

*Nota: Elaboración propia (2021)*

### 1.4. Instrumentos

La técnica que se utilizo es la encuesta, según Hernández, Fernández, & Baptista (2014) esta técnica permite al investigador obtener datos que no se conocía para así poder identificar el problema de una investigación y generar soluciones

El instrumento que se utilizo es el cuestionario, según Hernández, Fernández, & Baptista (2014) este instrumento permite formular muchas interrogantes las cuales sirven para ayudar a resolver un problema de investigación

### **1.5. Procedimientos**

Para llevar a cabo la encuesta, nos ubicamos fuera de cada agencia de Caja Arequipa en horas de la mañana para poder llevar la encuesta a los promotores de crédito, en algunos casos se hizo la encuesta en el campo donde se encontraban trabajando

### **1.6. Análisis de datos**

La técnica que se usará será el análisis en el software de Microsoft Excel donde se tabulo los resultados para la interpretación de resultados

## CAPITULO IV

### RESULTADOS

#### 4.1. Análisis de interpretación

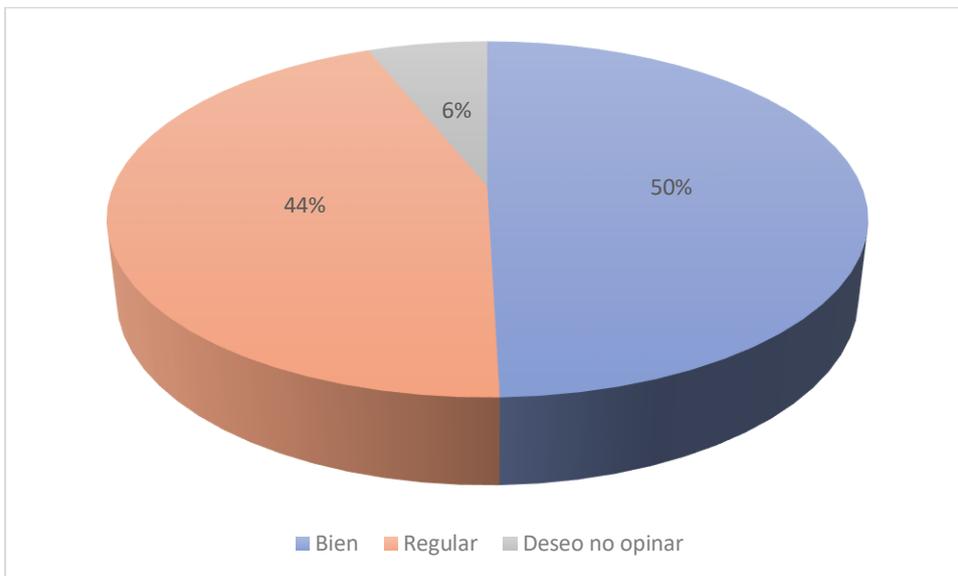


Pregunta 1

#### 1. ¿Cómo te sientes con tu motivación al ser promotor de créditos?

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	%
Bien	57	50%
Regular	51	44%
Deseo no opinar	7	6%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaboración propia (2021)



Gráfica 1. ¿Cómo te sientes con tu motivación al ser promotor de créditos?

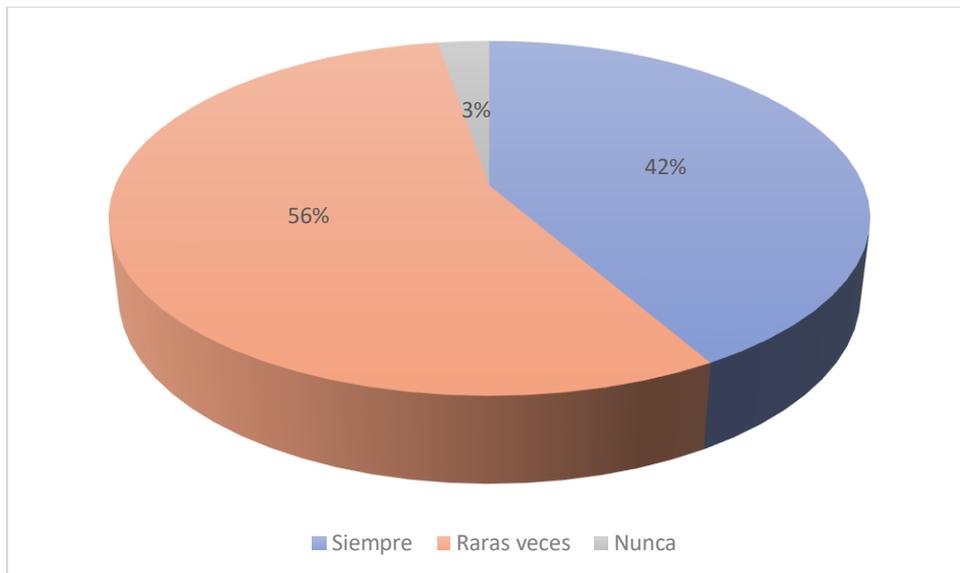
Nota: Elaboración propia (2021)

De 115 encuestados el 50% de promotores de créditos respondió que se siente bien con su motivación; el 44% respondió que se siente regular y el 6% no desea opinar

2

<b>2. ¿Recibes algún tipo de estímulo a tu esfuerzo cuando consigues muchos clientes?</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>	
Siempre	48	42%	
Raras veces	64	56%	
Nunca	3	3%	
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>	

*Nota: Elaboración propia (2021)*



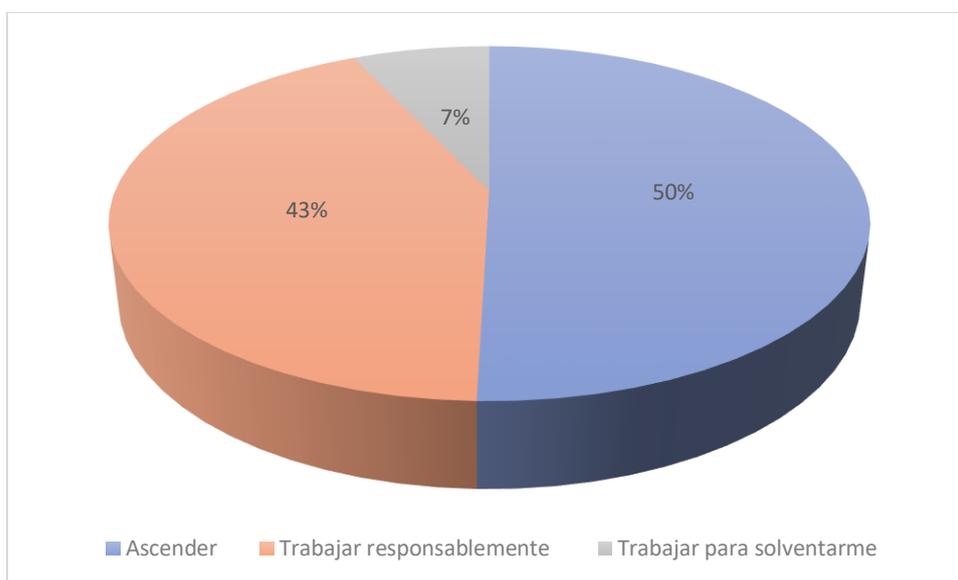
*Gráfica 2. ¿Recibes algún tipo de estímulo a tu esfuerzo cuando consigues muchos clientes? Nota: Elaboración propia (2021)*

De 115 encuestados el 42% de promotores de créditos respondió que si reciben algún tipo de estímulo a su esfuerzo cuando consiguen muchos clientes; el 56% respondió que raras veces y el 3% respondió que nunca

**3. ¿Cuáles son las aspiraciones que tienes como promotor de créditos?**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	%
Ascender	58	50%
Trabajar responsablemente	49	43%
Trabajar para solventarme	8	7%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia (2021)*



*Gráfica 3. ¿Cuáles son las aspiraciones que tienes como promotor de créditos?*

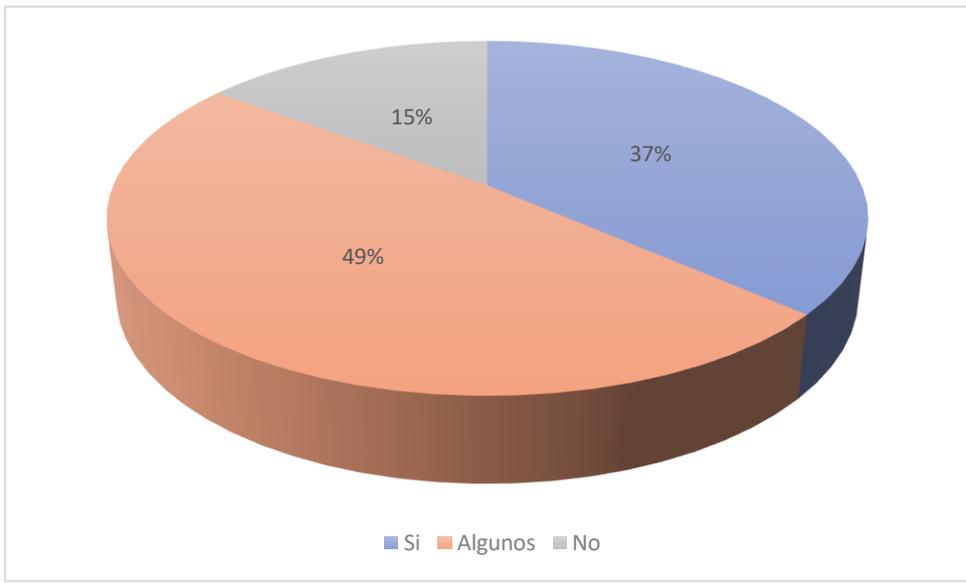
*Nota: Elaboración propia (2021)*

De 115 encuestados el 50% de promotores de créditos respondió que su aspiración es ascender; el 43% respondió que su aspiración es trabajar responsablemente y el 7% respondió que solo es solventarse

Pregunta 4

4. ¿Posees algún reconocimiento interno como promotor de créditos en Caja Arequipa?		
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	%
Si	42	37%
Algunos	56	49%
No	17	15%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaboración propia (2021)



Gráfica 4. ¿Posees algún reconocimiento interno como promotor de créditos en Caja Arequipa? Nota: Elaboración propia (2021)

De 115 encuestados el 37% de promotores de créditos respondió que si posee un reconocimiento interno en su agencia Caja Arequipa; el 49% respondió solo algunos y el 15% respondió que no

5

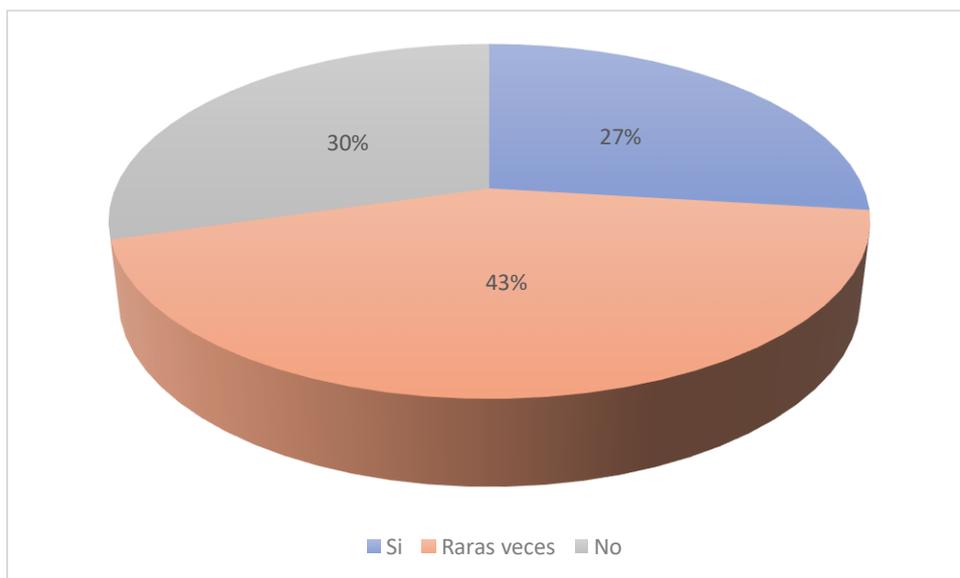
---

**5. ¿Te sientes satisfecho con tu sueldo fijo y tus comisiones?**


---

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	%
Si	31	27%
Raras veces	50	43%
No	34	30%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia (2021)*



*Gráfica 5. ¿Te sientes satisfecho con tu sueldo fijo y tus comisiones?*

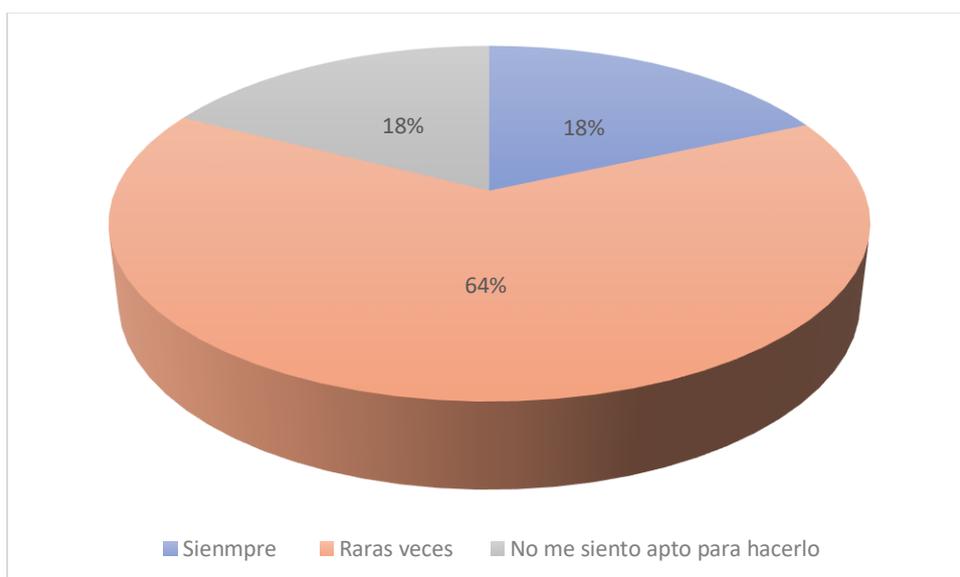
*Nota: Elaboración propia (2021)*

De 115 encuestados el 27% de promotores de créditos respondió que se siente satisfecho con su sueldo fijo y comisiones; el 43% respondió que raras veces y el 30% respondió que no se siente satisfecho

Pregunta 6

<b>6. ¿Te gusta sobrepasar tu meta y comisionar más que tus compañeros a fin de mes?</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>	
Siempre	21	18%	
Raras veces	74	64%	
No me siento apto para hacerlo	20	17%	
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>	

*Nota: Elaboración propia (2021)*



*Gráfica 6. ¿Te gusta sobrepasar tu meta y comisionar más que tus compañeros a fin de mes?*

*Nota: Elaboración propia (2021)*

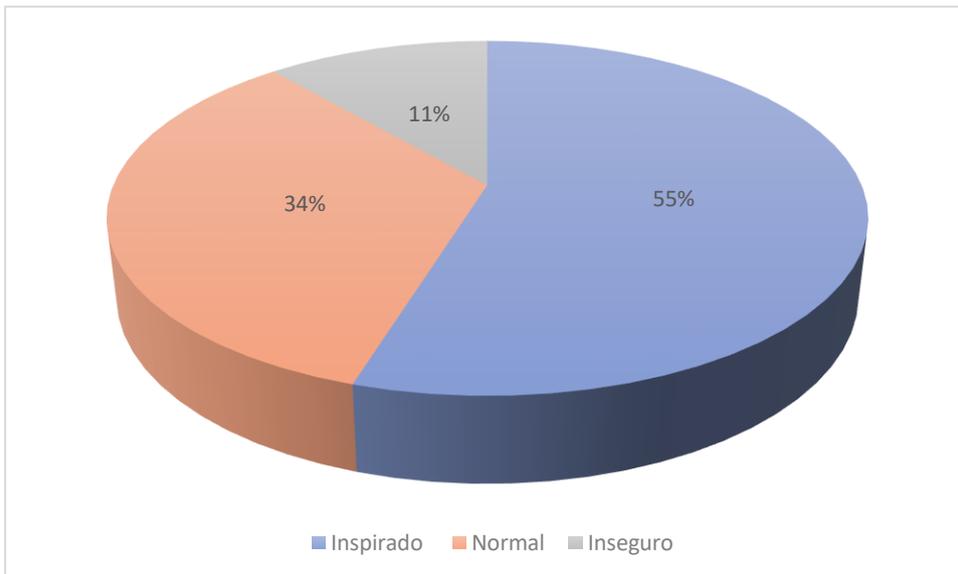
De 115 encuestados el 18% de promotores de créditos respondió que siempre le gusta sobrepasar sus metas y comisionar más que sus compañeros; el 64% respondió que solo raras veces y el 17% respondió que no se siente apto para hacerlo

Pregunta 7

**7. ¿Cuál es el tipo de comportamiento que mostraste el primer día que te incorporaste como promotor de crédito?**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	%
Inspirado	63	55%
Normal	39	34%
Inseguro	13	11%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia (2021)*



*Gráfica 7. ¿Cuál es el tipo de comportamiento que mostraste el primer día que te incorporaste como promotor de crédito?*

*Nota: Elaboración propia (2021)*

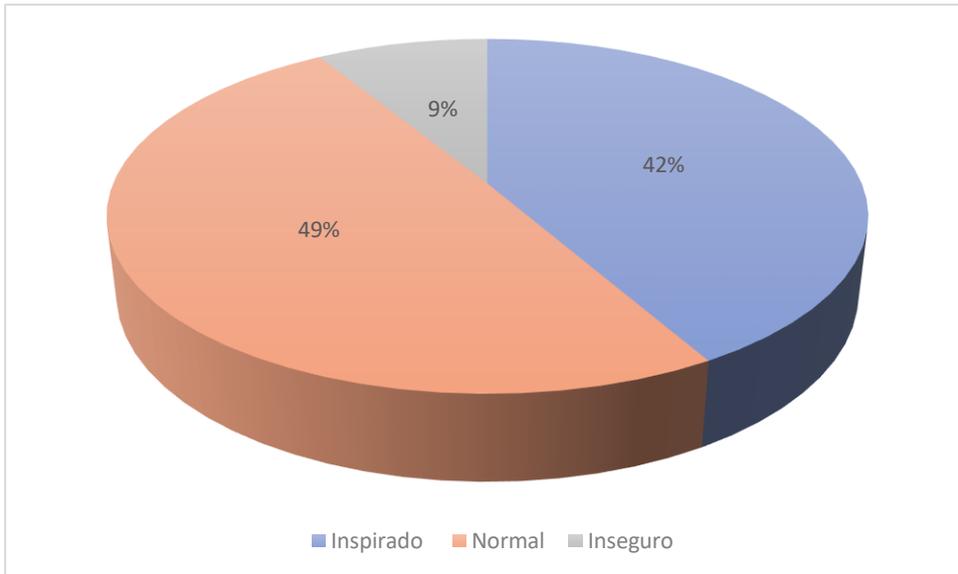
De 115 encuestados el 55% de promotores de créditos respondió que el tipo de comportamiento que mostro el primer día incorporado fue estar inspirado; el 34% respondió que su comportamiento fue normal y el 11% mostro un comportamiento inseguro

Pregunta 8

**8. ¿Cuál es el tipo de comportamiento que mostraste durante tu trabajo de promotor de crédito?**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	%
Inspirado	48	42%
Normal	57	50%
Inseguro	10	9%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia (2021)*



*Gráfica 8. ¿Cuál es el tipo de comportamiento que mostraste durante tu trabajo de promotor de crédito?*

*Nota: Elaboración propia (2021)*

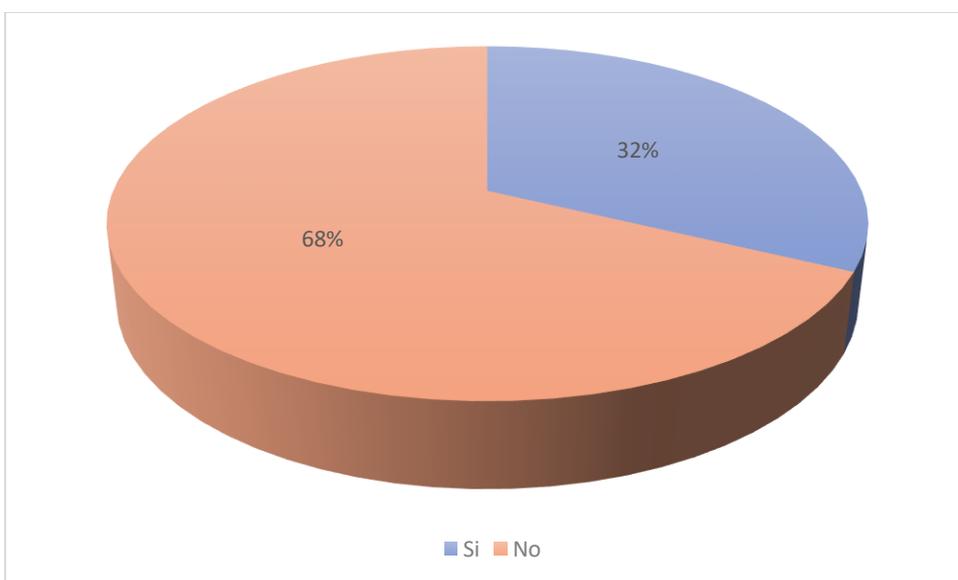
De 115 encuestados el 42% de promotores de créditos respondió que el tipo de comportamiento que mostro durante su trabajo fue estar inspirado; el 50% respondió que su comportamiento fue normal y el 9% mostro un comportamiento inseguro

Pregunta 9

**9. ¿Te sientes satisfecho con el trato de tu jefe?**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	%
Si	37	32%
No	78	68%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia (2021)*



*Gráfica 9. ¿Te sientes satisfecho con el trato de tu jefe?*

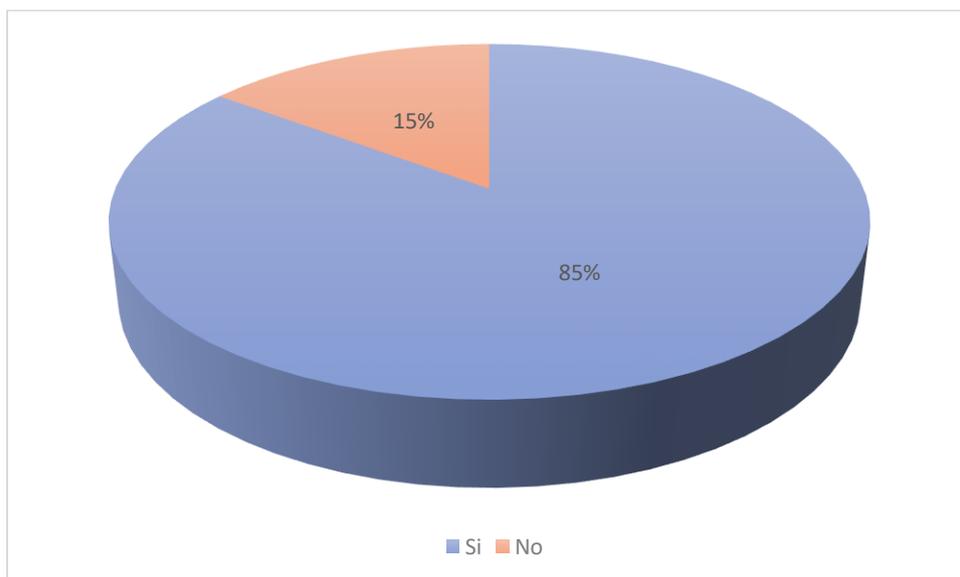
*Nota: Elaboración propia (2021)*

De 115 encuestados el 32% de promotores de créditos respondió que si se siente satisfecho con el trato de su jefe y el 68% respondió que no se siente satisfecho con el trato de su jefe

**Pregunta 10**

<b>10. ¿Crees que tu sueldo y comisiones te permite tener satisfacción?</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>		<b>%</b>
Si	98		85%
No	17		15%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>		<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia (2021)*



*Gráfica 10. ¿Crees que tu sueldo y comisiones te permite tener satisfacción?*

*Nota: Elaboración propia (2021)*

De 115 encuestados el 85% de promotores de créditos respondió que su sueldo y comisiones si les permiten tener una satisfacción y el 15% respondió que no les permite tener satisfacción

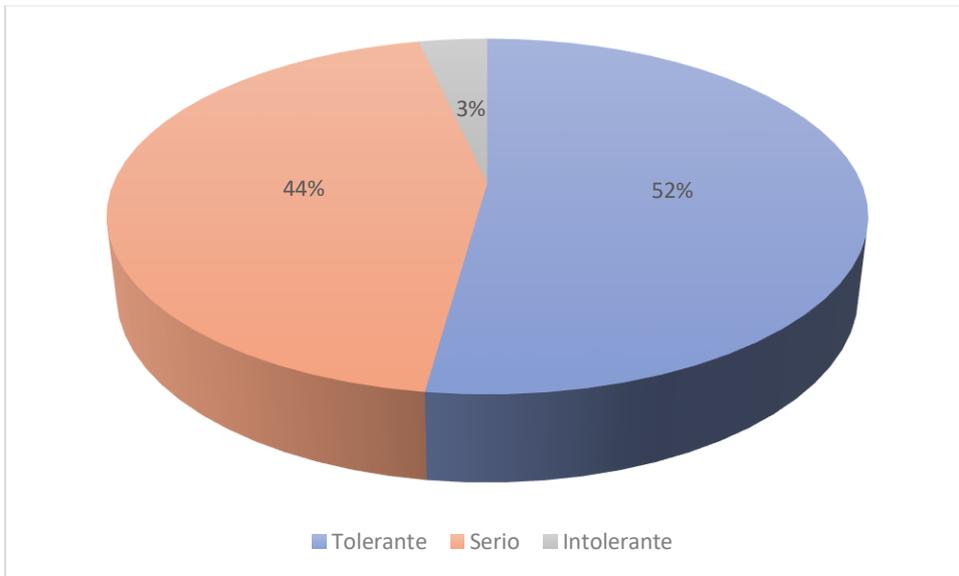


Pregunta 11

**11. ¿Cuál es tu actitud con clientes indecisos?**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	%
Tolerante	60	52%
Serio	51	44%
Intolerante	4	3%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia (2021)*



*Gráfica 11. ¿Cuál es tu actitud con clientes indecisos?*

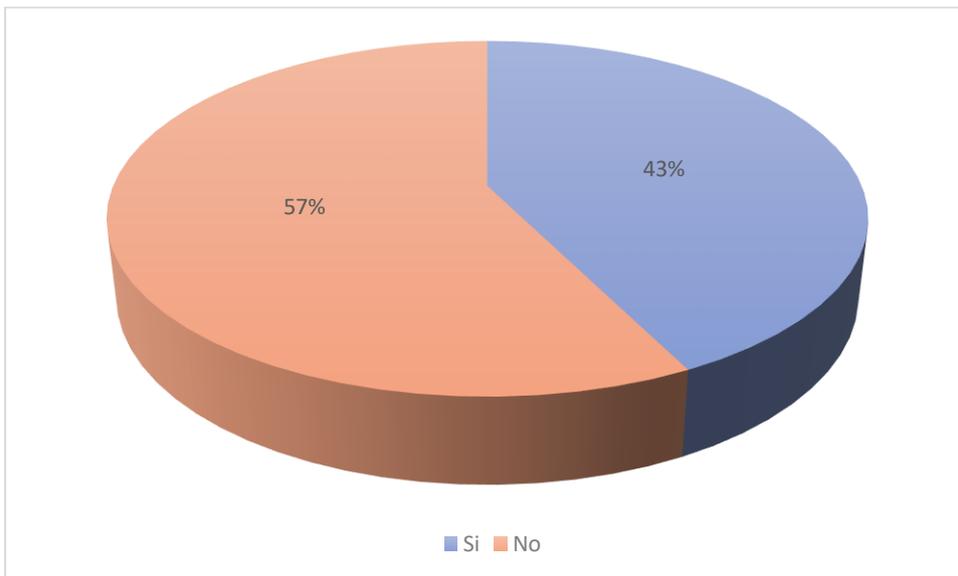
*Nota: Elaboración propia (2021)*

De 115 encuestados el 52% de promotores de créditos respondió que su actitud hacia clientes indecisos es tolerante; el 44% respondió que su actitud es seria y el 3% respondió que es intolerante

**12. ¿Te es fácil captar muchos clientes cada día?**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	%
Si	49	43%
No	66	57%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia (2021)*



*Gráfica 12. ¿Te es fácil captar muchos clientes cada día?*

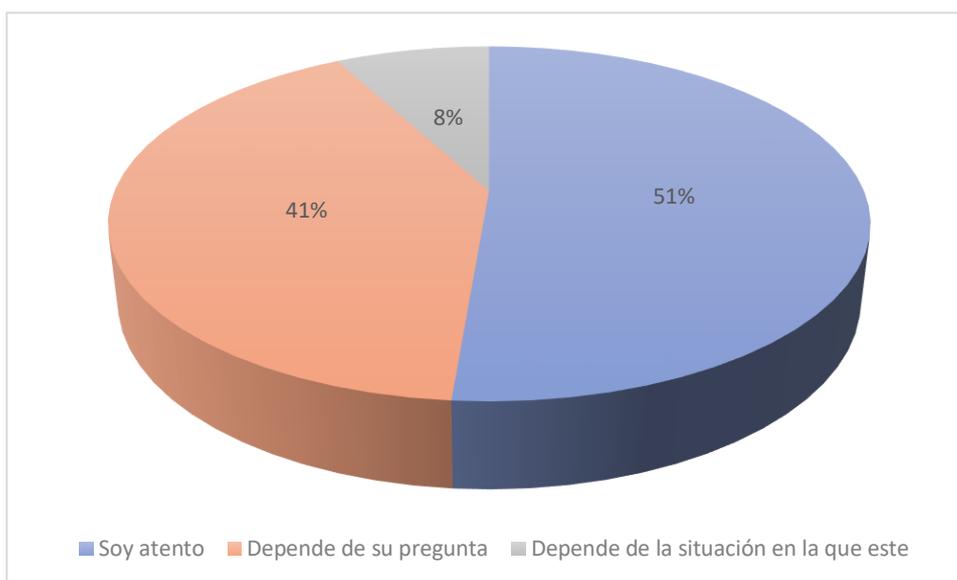
*Nota: Elaboración propia (2021)*

De 115 encuestados el 43% de promotores de créditos respondió que si les es fácil captar muchos clientes al día y el 57% respondió que no

**13 Cuando un cliente se te acerca por algo ¿Sueles ser atento o depende de tu situación?**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	%
Soy atento	59	51%
Depende de su pregunta	47	41%
Depende de la situación en la que este	9	8%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia (2021)*



**Gráfica 13.** Cuando un cliente se te acerca por algo ¿Sueles ser atento o depende de tu situación?

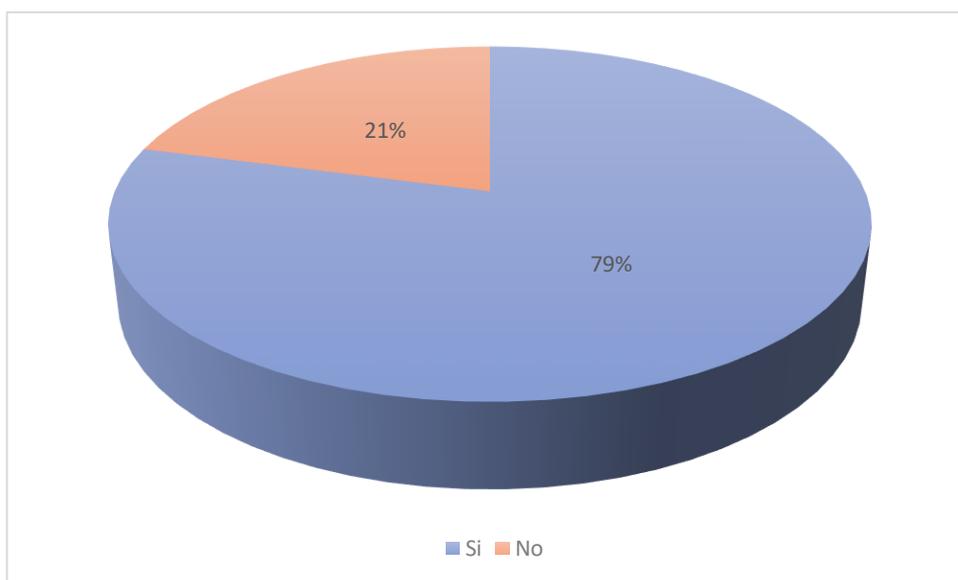
*Nota: Elaboración propia (2021)*

De 115 encuestados el 51% de promotores de créditos respondió que si son atentos con sus clientes cuando se acercan a ellos; el 41% respondió que depende de la pregunta que les hagan y el 8% respondió que depende de la situación en la que estén

**14. ¿Tomarías un cargo para buscar más clientes a cambio de un aumento salarial?**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	%
Si	91	79%
No	24	21%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia (2021)*



**Gráfica 14.** ¿Tomarías un cargo para buscar más clientes a cambio de un aumento salarial?

*Nota: Elaboración propia (2021)*

De 115 encuestados el 79% de promotores de créditos respondió que si tomarían un cargo para buscar más clientes y obtener un aumento salarial y el 21% respondió que no lo tomaría



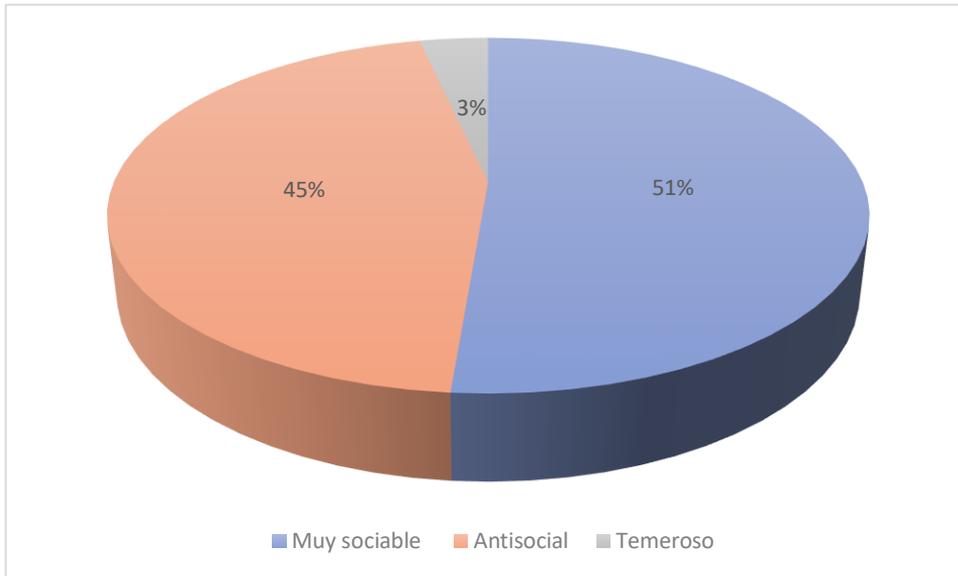
*Pregunta 15*

**15. ¿Cuál era tu estabilidad emocional los primeros días que tenías como promotor de créditos?**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	%
Muy sociable	59	51%

<b>Antisocial</b>		52	45%
<b>Temeroso</b>		4	3%
<b>TOTAL</b>		<b>115</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia (2021)*



**Gráfica 15.** *¿Cuál era tu estabilidad emocional los primeros días que tenías como promotor de créditos?*

*Nota: Elaboración propia (2021)*

De 115 encuestados el 51% de promotores de créditos respondió que en su estabilidad emocional los primeros días era muy sociables; el 45% respondió que eran antisociales y el 3% respondió que se sentían temerosos



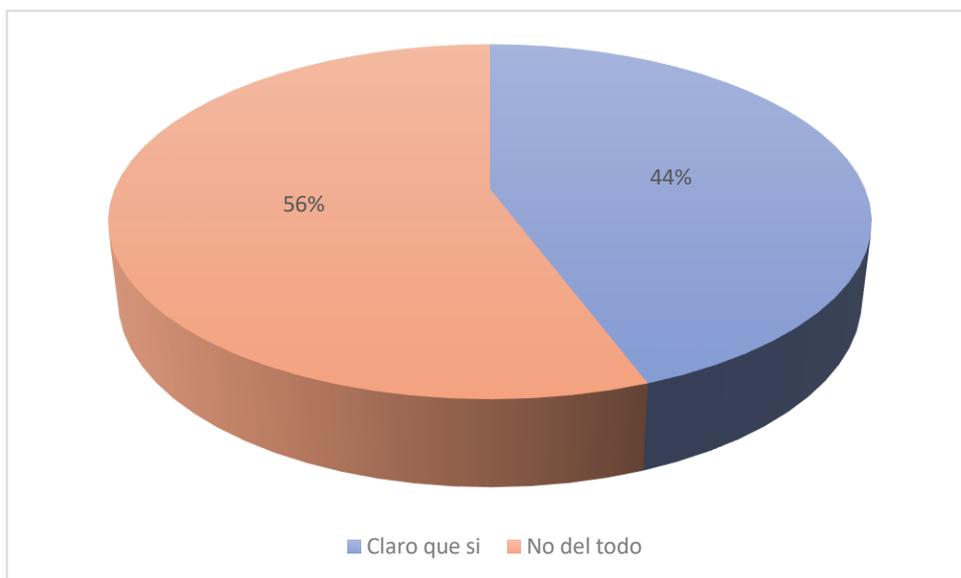
*Pregunta*

**16**

**16. ¿Crees que tu estabilidad emocional está reflejado en tus logros?**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	%
<b>Claro que si</b>	51	44%
<b>No del todo</b>	64	56%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia (2021)*



**Gráfica 16. ¿Crees que tu estabilidad emocional está reflejada en tus logros?**  
 Nota: Elaboración propia (2021)

De 115 encuestados el 44% de promotores de créditos respondió que si cree estabilidad emocional esta reflejado en sus logros y el 56% respondió que no



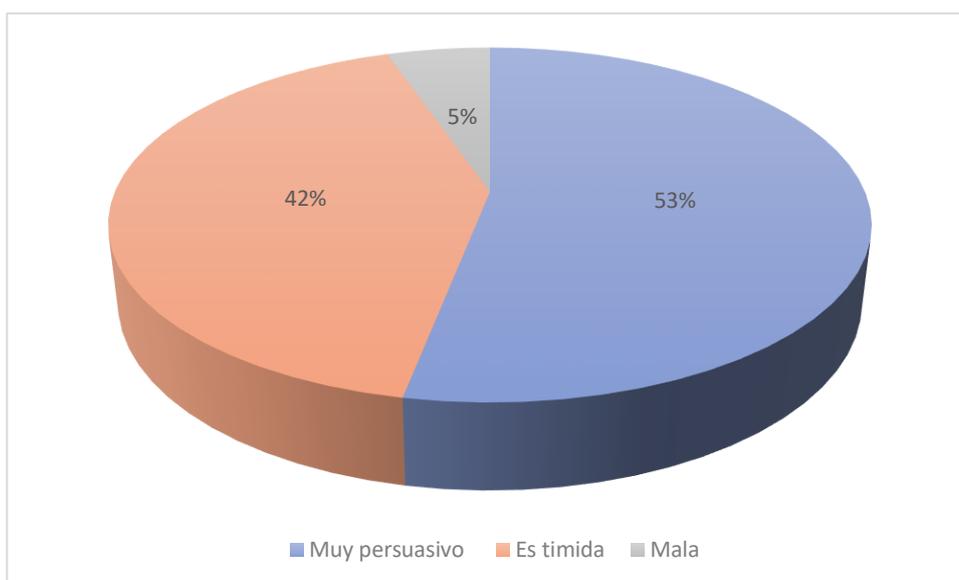
*Pregunta*

17

**17. ¿Cómo es tu actitud cuando brindas informes a tus clientes?**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	%
Muy persuasivo	61	53%
Es tímida	48	42%
Mala	6	5%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaboración propia (2021)



**Gráfica 17. ¿Cómo es tu actitud cuando brindas informes a tus clientes? Nota: Elaboración propia (2021)**

De 115 encuestados el 53% de promotores de créditos respondió que su actitud cuando brindan informes a sus clientes es muy persuasiva; el 42% respondió que es tímida y el 5% respondió que es mala

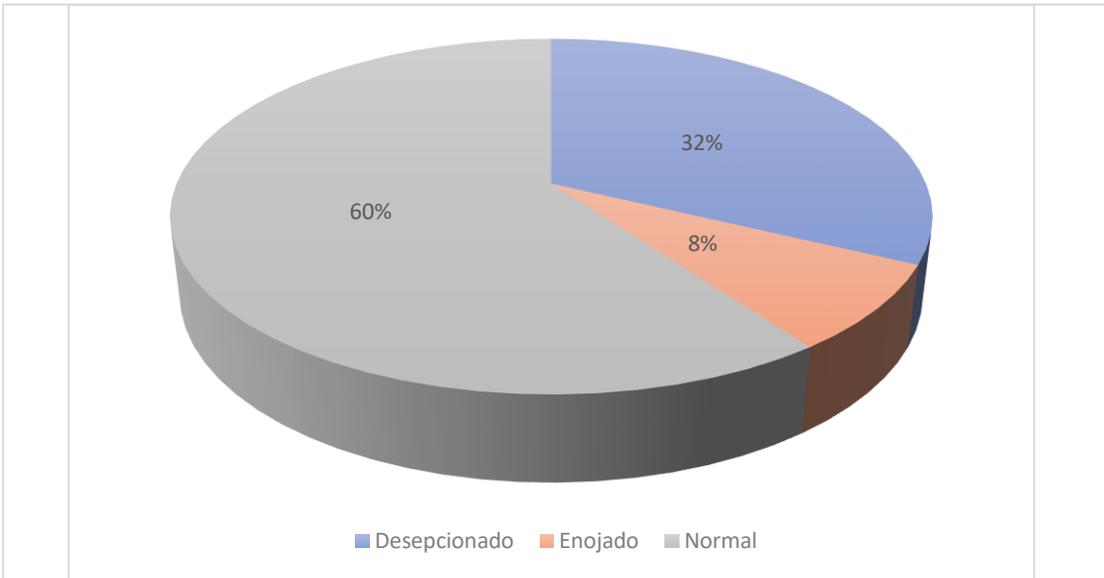


**Pregunta 18**

**18. ¿Cuándo un cliente decide no tomar un crédito como te sientes?**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	%
Decepcionado	37	32%
Enojado	9	8%
Normal	69	60%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia (2021)*



**Gráfica 18. ¿Cuándo un cliente decide no tomar un crédito como te sientes?**

*Nota: Elaboración propia (2021)*

De 115 encuestados el 32% de promotores de créditos respondió que cuando un cliente decide no tomar un crédito se sientes decepcionados; el 8% respondió que se siente enojado y el 60% respondió que se siente normal

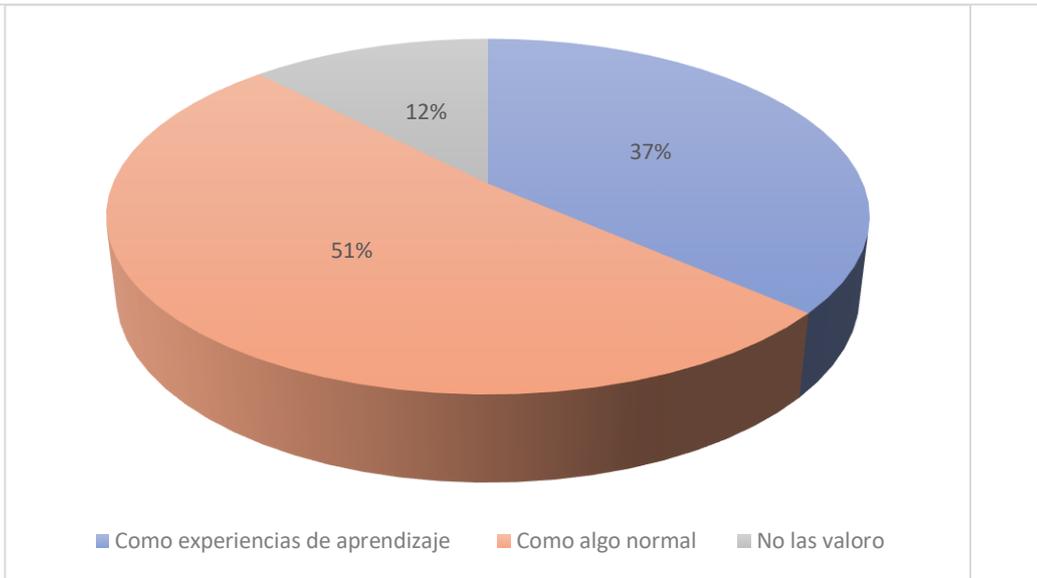


**Pregunta 19**

**19. ¿Cómo valoras tus experiencias pasadas en otras entidades financieras?**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	%
Como experiencias de aprendizaje	42	37%
Como algo normal	59	51%
No las valoro	14	12%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia (2021)*



**Gráfica 19. ¿Cómo valoras tus experiencias pasadas en otras entidades financieras? Nota: Elaboración propia (2021)**

De 115 encuestados el 37% de promotores de créditos respondió que valora sus experiencias en otras entidades financieras como aprendizaje; el 51% respondió que lo valora como algo normal y el 12% respondió que no lo valoran

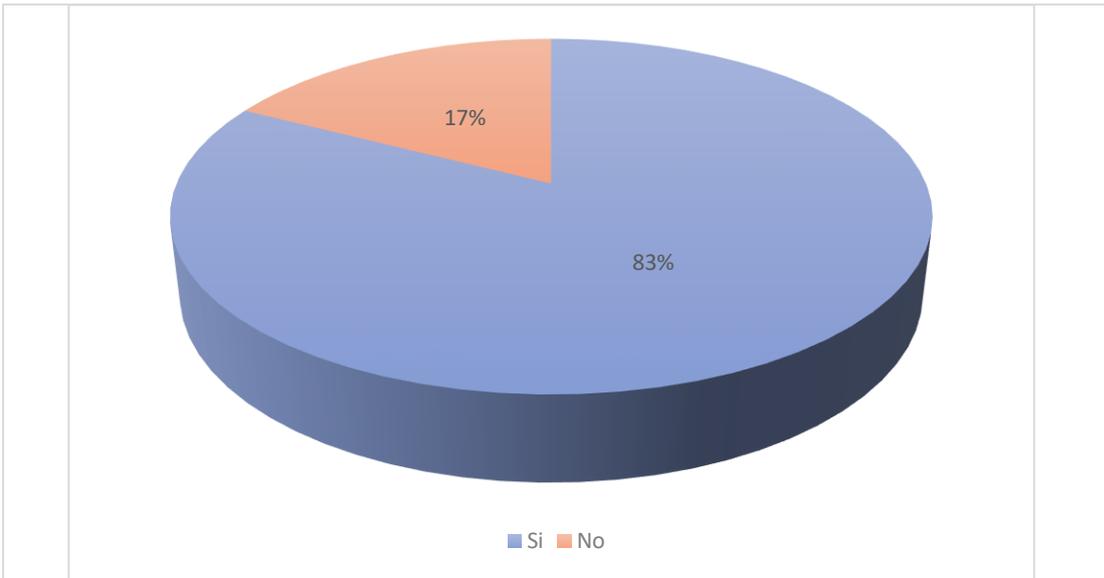
██████  
20

*Pregunta*

**20. ¿Consideras que cada experiencia motiva a trabajar mejor?**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	%
Si	95	83%
No	20	17%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia (2021)*



**Gráfica 20.** *¿Consideras que cada experiencia motiva a trabajar mejor? Nota: Elaboración propia (2021)*

De 115 encuestados el 83% de promotores de créditos respondió que cada experiencia si ls motiva a trabajar mejor hagan y el 17% respondió que no

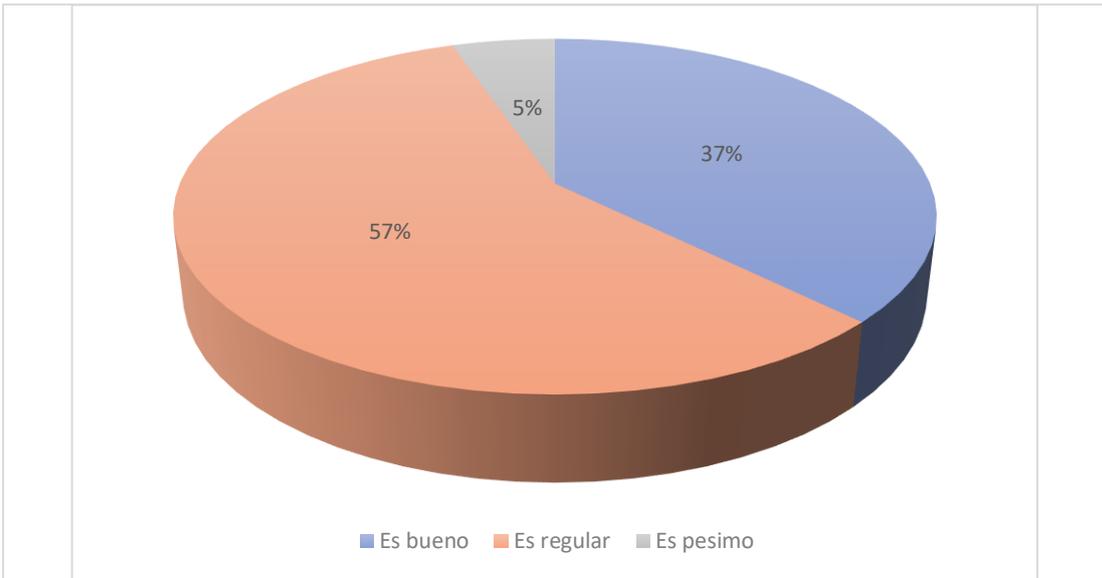


**Pregunta 21**

**21. ¿Cómo percibes el liderazgo que emana de tu jefe de trabajo?**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	%
Es bueno	43	37%
Es regular	66	57%
Es pésimo	6	5%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia (2021)*



**Gráfica 21.** ¿Cómo percibes el liderazgo que emana de tu jefe de trabajo? Nota: Elaboración propia (2021)

De 115 encuestados el 37% de promotores de créditos respondió que percibe que el liderazgo que emana su jefe de trabajo es buena; el 57% respondió que es regular y el 5% respondió que es pesimo

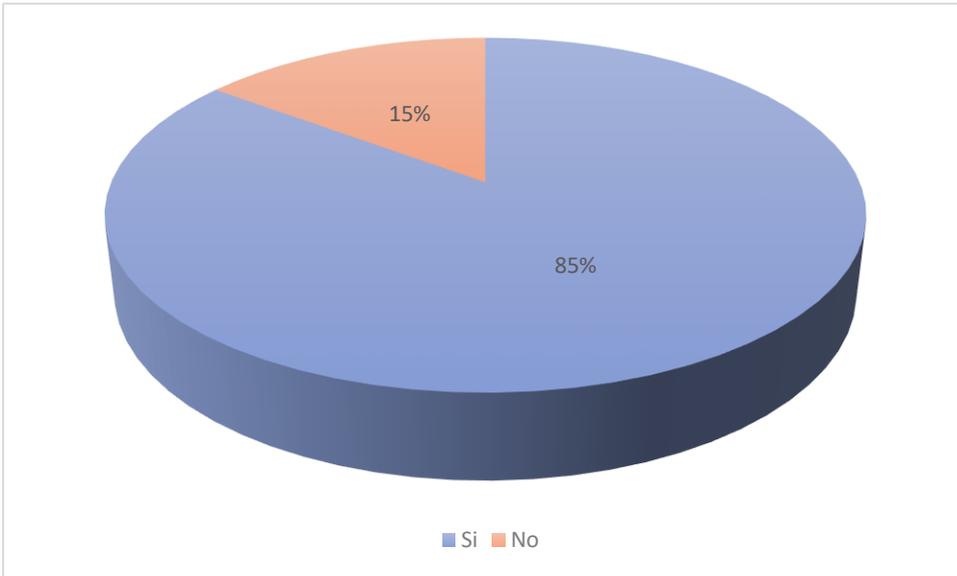


**Pregunta 22**

**22. ¿Cres que el liderazgo es una herramienta para el logro de tus objetivos?**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	%
Si	98	85%
No	17	15%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaboración propia (2021)



*Gráfica 22. ¿Cres que el liderazgo es una herramienta para el logro de tus objetivos?  
Nota: Elaboración propia (2021)*

De 115 encuestados el 85% de promotores de créditos respondió que si cree que el liderazgo es una herramienta para lograr sus objetivos y el 15% respondió que no cree que el liderazgo es una herramienta para lograr alcanzar sus objetivos

## **4.2. Contrastación de Hipótesis**

### **4.2.1. Método de consistencia interna Chi Cuadrado**

**Hipótesis general:** La motivación hacia los promotores de crédito es muy mala

**Hipótesis general nula:** La motivación hacia los promotores de crédito es muy buena

#### ***Instrumento de medición HG, VI***

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FI</b>	<b>%</b>
<b>Buena</b>	39	34%

<b>Regular</b>	47	41%
<b>Mala</b>	29	25%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia*



*Instrumento de medición HG, V2*

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FI</b>	<b>%</b>
<b>Buena</b>	32	28%
<b>Regular</b>	37	32%
<b>Mala</b>	46	40%
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia*



*Frecuencia observada HG*

<b>Fo</b>	<b>Buena</b>	<b>Regular</b>	<b>Mala</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Motivación</b>	39	47	29	115
<b>Desempeño laboral</b>	32	37	46	115
<b>TOTAL</b>	<b>71</b>	<b>84</b>	<b>75</b>	<b>230</b>

*Nota: Elaboración propia*

$$Fe = \frac{(\text{total de frecuencias de la columna}) (\text{total de frecuencias de la fila})}{\text{total, general de la frecuencia}}$$

$$X^2 = \sum \frac{(fo - fe)^2}{fo}$$

fo= frecuencia observada

fe fe= frecuencia esperada



Aplicación

de la formula HG

Celda	fo	Fe	fo-fe	(fo-fe) <sup>2</sup>	(fo-fe) <sup>2</sup> /fe
F - a1 =	39	35.5	35.5	256	2.7826087
F - b1 =	47	42	5	2.25	0.02486188
F - c1 =	29	37.5	-8.5	306.25	4.82283465
F - a2 =	32	35.5	-3.5	256	2.7826087
F - b2 =	37	42	5	2.25	0.02486188
F - c2 =	46	37.5	-8.5	306.25	4.82283465
<b>TOTAL</b>				<b>X<sub>2</sub> =</b>	<b>12.4526104</b>

Nota: Elaboración propia

G = Grados de libertad

(r) = Número de filas

(c) = Número de columnas G = (r - 1) (c - 1)

G = (2 - 1) (3 - 1) = 2

Con un (20) grado de libertad entramos a la tabla y un nivel de confianza de 95% que para el valor de alfa es 0.05.

De la tabla Chi Cuadrada: 12.452

Valor encontrado en el proceso: X<sup>2</sup> = 15.261



Validación

de CHI cuadrado, HG

Chi Cuadrada HG		Motivación	Desempeño laboral
Motivación	Coefficiente de correlación	12.452	15.261
	G. Lib.	.	2
	N	115	115
Desempeño laboral	Coefficiente de correlación	15.261	12.452
	G. Lib.	2	.
	N	115	115

*Nota: Elaboración propia*

En cuanto a la hipótesis general, el valor calculado para CHI cuadrado es de 15.261 siendo mayor que el valor de la tabla correspondiente a 12.452, con un nivel de confianza del 95% y un grado de libertad de 2; por lo que se rechaza la hipótesis general nula y se acepta la hipótesis general alterna.

**Hipótesis específica 1:** Los objetivos que tienen los promotores de crédito principalmente son la captación de más clientes diarios

**Hipótesis específica 1 nula:** Los objetivos que tienen los promotores de crédito no son principalmente son la captación de más clientes diarios

Frecuencia observada, HE1

ALTERNATIVA	Buena	Regular	Mala	TOTAL
Estímulo	38	33	44	115
Necesidad	33	43	39	115
Iniciativa	39	49	27	115
Comportamiento	48	26	41	115
<b>TOTAL</b>	<b>158</b>	<b>151</b>	<b>151</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia*

**Fe:  $\frac{(\text{total de frecuencias de la columna}) (\text{total de frecuencias de la fila})}{\text{total, general de la frecuencia}}$**

$\chi^2 = \sum \frac{(\text{fo} - \text{fe})^2}{\text{fe}}$  fo= frecuencia observada

fe = frecuencia esperada



*Aplicación de formula, HE1*

Celda	fo	Fe	fo-fe	(fo-fe) <sup>2</sup>	(fo-fe) <sup>2</sup> /fe
A	38	87.6437247	-0.643724696	0.4143815	0.00472802
B	33	80.340081	-7.340080972	53.876789	0.67060909
C	44	78.0161943	7.983805668	63.741153	0.81702464
A	33	87.6437247	2.356275304	5.5520333	0.06334776
B	43	80.340081	-1.340080972	1.795817	0.02235269
C	39	78.0161943	1.983805668	3.9354849	0.05044446
A	39	87.6437247	-0.643724696	0.4143815	0.00472802
B	49	80.340081	9.659919028	93.314036	1.16148795
C	27	78.0161943	-9.016194332	81.29176	1.04198572
A	48	87.6437247	-3.643724696	13.27673	0.15148523
B	26	80.340081	3.659919028	13.395007	0.16672882
C	41	78.0161943	-0.016194332	0.0002623	3.3616E-06
<b>TOTAL</b>				<b>X<sub>2</sub> =</b>	<b>4.15492576</b>

*Nota: Elaboración propia*

G = Grados de libertad

(r) = Número de filas

(c) = Número de columnas  $G = (r - 1) (c - 1)$

$G = (4 - 1) (3 - 1) = 6$

Con un (20) grado de libertad entramos a la tabla y un nivel de confianza de 95% que para el valor de alfa es 0.05.

De la tabla Chi Cuadrada: 3.055

Valor encontrado en el proceso:  $X^2 = 4.155$



*Validación de CHI cuadrado, HE1*

Chi Cuadrada HG	Motivación	Desempeño laboral
<b>Objetivo de correlación</b>	3.055	4.155
<b>Objetivo G. Lib.</b>	.	6
<b>Objetivo N</b>	115	115
<b>Promotor de correlación</b>	4.155	3.055
<b>Promotor G. Lib.</b>	6	.
<b>Promotor N</b>	115	115

*Nota: Elaboración propia*

En cuanto a la hipótesis específica 1, el valor calculado para CHI cuadrado es de 4.155 siendo mayor que el valor de la tabla correspondiente a 3.055, con un nivel de confianza

del 95% y un grado de libertad de 6; por lo que se rechaza la hipótesis específica 1 nula y se acepta la hipótesis específica 1 alterna.

**Hipótesis específica 2:** Los incentivos que reciben los promotores de crédito de Caja Arequipa son escasos lo cual ocasiona que no estén contentos con su trabajo.

**Hipótesis específica 2 nula:** Los incentivos que reciben los promotores de crédito de Caja Arequipa no son escasos lo cual ocasiona que estén contentos con su trabajo.



Frecuencia observada, HE1

ALTERNATIVA	Buena	Regular	Mala	TOTAL
Satisfacción	35	30	50	115
Extraversión	38	37	38	115
Disponibilidad	44	43	28	115
Estabilidad emocional	46	19	46	115
<b>TOTAL</b>	<b>151</b>	<b>156</b>	<b>154</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia*

$$F_e = \frac{(\text{total de frecuencias de la columna}) (\text{total de frecuencias de la fila})}{\text{total, general de la frecuencia}}$$

$$\chi^2 = \sum \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

fo= frecuencia observada  
fe = frecuencia esperada

**Aplicación de formula, HE1**

<b>Celda</b>	<b>fo</b>	<b>Fe</b>	<b>fo-fe</b>	<b>(fo-fe)<sup>2</sup></b>	<b>(fo-fe)<sup>2</sup>/fe</b>
A	35	81.6437247	-1.643724696	0.4143815	0.00472802
B	30	79.340081	-7.340080972	53.876789	0.67060909
C	50	80.0161943	7.183805668	63.741153	0.81702464
A	38	73.6437247	2.456275304	5.5520333	0.06334776
B	37	82.340081	-1.640080972	1.795817	0.02235269
C	38	77.0161943	1.273805668	3.9354849	0.05044446
A	44	59.6437247	-0.943724696	0.4143815	0.00472802
B	43	91.340081	9.229919028	93.314036	1.16148795
C	28	82.0161943	-9.916194332	81.29176	1.04198572
A	46	93.6437247	-2.643724696	13.27673	0.15148523
B	19	88.340081	3.659919028	13.395007	0.16672882
C	46	81.0161943	-0.016194332	0.0002623	3.3616E-06
<b>TOTAL</b>				<b>X<sub>2</sub> =</b>	<b>6.46284918</b>

*Nota: Elaboración propia*

G = Grados de libertad

(r) = Número de filas

(c) = Número de columnas  $G = (r - 1) (c - 1)$

$G = (4 - 1) (3 - 1) = 6$

Con un (20) grado de libertad entramos a la tabla y un nivel de confianza de 95% que para el valor de alfa es 0.05.

De la tabla Chi Cuadrada: 3.120

Valor encontrado en el proceso:  $X^2 = 6.462$



*Validación de CHI cuadrado, HE1*

<b>Chi Cuadrada HG</b>	<b>Motivación</b>	<b>Desempeño laboral</b>
<b>Coeficiente de correlación</b>	3.120	6.462
<b>INCENTIVOS DE PROMOTORES DE CRÉDITO</b>		
<b>G. Lib.</b>	.	6
<b>N</b>	115	115
<b>Coeficiente de correlación</b>	6.462	3.120
<b>G. Lib.</b>	6	.
<b>N</b>	115	115

*Nota: Elaboración propia*

**Hipótesis específica 3:** La manera de liderazgo que reciben los promotores de crédito de Caja Arequipa no es adecuada

**Hipótesis específica 3 nula:** La manera de liderazgo que reciben los promotores de crédito de Caja Arequipa si es adecuada



*Frecuencia observada, HE2*

<b>Fo</b>	<b>Buena</b>	<b>Regular</b>	<b>Mala</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Actitud</b>	34	48	39	115
<b>Experiencia</b>	26	51	38	115
<b>Liderazgo</b>	44	29	43	115
<b>TOTAL</b>	<b>155</b>	<b>159</b>	<b>158</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración propia*

**Fe:** 
$$\frac{(\text{total de frecuencias de la columna}) (\text{total de frecuencias de la fila})}{\text{total, general de la frecuencia}}$$

$$\chi^2 = \sum \frac{(\text{fo} - \text{fe})^2}{\text{fe}}$$

fo= frecuencia observada  
fe= frecuencia esperada

formula, HE2

Celda	fo	Fe	fo-fe	(fo-fe) <sup>2</sup>	(fo-fe) <sup>2</sup> /fe
A	34	30	4	16	0.18604651
B	48	54	-6	36	0.43902439
C	39	37	2	4	0.05128205
A	26	27	-1	1	0.01162791
B	51	50	-1	1	0.01219512
C	38	36	2	4	0.05128205
A	44	40	-4	16	0.18604651
B	29	23	6	36	0.43902439
C	43	45	-2	4	0.05128205
<b>TOTAL</b>				<b>X<sub>2</sub> =</b>	<b>1.42781099</b>

Nota: Elaboración propia

G = Grados de libertad

(r) = Número de filas

(c) = Número de columnas  $G = (r - 1) (c - 1)$

$G = (3 - 1) (3 - 1) = 4$

Con un (20) grado de libertad entramos a la tabla y un nivel de confianza de 95% que para el valor de alfa es 0.05.

De la tabla Chi Cuadrada: 1.022

Valor encontrado en el proceso:  $X^2 = 1.428$

**Validación de CHI cuadrado HE2**

<b>Chi Cuadrada HG</b>	<b>Motivación</b>	<b>Desempeño laboral</b>
<b>Coeficiente de correlación</b>	1.022	1.428
<b>G. Lib.</b>	.	4
<b>N</b>	246	246
<b>INCENTIVOS DE PROMOTORES</b>		
<b>Coeficiente de correlación</b>	1.428	1.022
<b>G. Lib.</b>	4	.
<b>N</b>	246	246

*Nota: Elaboración propia*

En cuanto a la hipótesis específica 2, el valor calculado para CHI cuadrado es de 1.428 siendo mayor que el valor de la tabla correspondiente a 1.022, con un nivel de confianza del 95% y un grado de libertad de 4; por lo que se rechaza la hipótesis específica 2 nula y se acepta la hipótesis específica 2 alterna.



## CAPITULO V

### DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En los resultados de la encuesta se pudo observar que los promotores de crédito de Caja Arequipa no están motivados en su totalidad para que su desempeño sea el esperado y esto se debe en gran parte al estado en el que se encontraban al comenzar a trabajar como promotores de crédito, si se analizaba su grado de motivación y se media con la que tenían en el transcurso del trabajo hubieran manejado mejor sus estrategias de motivación; según el autor (VÁSQUEZ, 2018) estamos de acuerdo al decir que la motivación, es la herramienta que debe considerarse como una esencial y esto porque el autor describe que si no existe motivación no existirán buenos resultados ni desempeño eficiente, por lo cual, el autor da importancia a la necesidad de brindar motivación a los empleados para poder obtener resultados según sea la necesidad de cada empresa; el autor opina que a más logros o metas por alcanzar más se debe de motivar a los empleados. Sin embargo, (LLERENA, 2021) opina que no se debe motivar mucho a los empleados con regalos obsequios o presentes, ya que se vuelve algo de lo cual el empleado puede volverse dependiente y puede ocasionar problemas a las organizaciones, por lo que el autor opina que se debe motivar a los empleados con motivación personal, mostrando un gran enfoque de interés para que los empleados puedan trabajar sin que muestren apego a ningún incentivo material; ante esto en la investigación no estoy de acuerdo con lo expuesto por el autor, ya que la motivación personal o con incentivos materiales debe ser manejado en base al trabajo que se realice y si es trabajo interno la motivación personal puede ser la adecuada, pero en trabajos de campo como el de promotores de crédito la motivación tiene que ser más variada y con esto nos referimos a dar reconocimientos y regalos para

que puedan seguir trabajando responsablemente, así como lo vimos en la encuesta que muchos promotores prefieren trabajar con valores que aspirar a ascender rápidamente y según esto puede ser una idea que genere ansiedad con lo que puede traer otro comportamiento en los promotores de crédito

## CONCLUSIONES

- Los objetivos de los promotores de Caja Arequipa deben ser tomados en cuenta con la motivación adecuada para cada uno de ellos pueda llegar y sobrepasar sus objetivos establecidos a corto plazo
- Se pudo identificar que los incentivos no se dan de manera equitativa ya que muchos afirmaron recibirlos y otros no por lo que se debe tomar más control en su distribución con el objetivo de manejar un orden y medición de objetivos para poder gestionar los incentivos.
- El liderazgo no es tomado en cuenta en varias agencias de Caja Arequipa para lo cual se debería de rotar a los encargados o tratar de lograr que sepan impartir liderazgo a los promotores de crédito en todas las agencias para que puedan lograr tener una actitud asertiva con sus clientes crediticios

## RECOMENDACIONES

- Se debe tener en cuenta la motivación para aumentar el desempeño de cualquier trabajador porque solo cambiando su actitud se puede manejar cualquier trabajo que se esté haciendo
- Los incentivos tienen que llevar una escala y tiene que darse a todos los trabajadores según sus logros y si hay algún trabajador con bajo desempeño la motivación tiene que ser más enfocada en ese trabajador
- El liderazgo debe ser impartido de la mejor manera posible para poder lograr que cada equipo de trabajo pueda desempeñarse muy bien en un puesto de trabajo y si se da importancia los resultados pueden ser mejor de lo esperado

## Bibliografía

- Bautista, M. E. (2016). *El derecho a la intimidad y su disponibilidad pública*. Colombia: U. Católica de Colombia.
- Byrne, D. (2016). *Psicología Social*. Inglaterra: Pearson Educacion.
- Cabanillas, E. P. (2017). *Motivación y desempeño laboral en personal del departamento de patología clínica del H.N.H.U. El Agustino 2016*. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/8856/Paredes\\_CEI.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/8856/Paredes_CEI.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Campayo, R. (2017). *Desarrolla una mente prodigiosa (Psicología y Autoayuda)*. Mexico: Editorial Edaf, S.A.
- Carber, C. (2016). *Teorías de la personalidad*. España: Pearson.
- Chiavenato, I. (2019). *Administración de recursos humanos : el capital humano de las organizaciones*. EEUU: McGraw-Hill.
- Dessler, G. (2017). *Administracion de Recursos Humanos*. Madrid: PEARSON.
- Dubet, F. (2015). *Sociología de la experiencia*. España : Editorial Complutense.
- Dweck, C. (2017). *Mindset - La nueva psicología del éxito*. Portugal: Portugal.
- Feist, J. (2015). *Teorías de la personalidad*. Guadalajara: AMGH.
- Freeman, A. (2017). *Terapia Cognitiva dos Transtornos da Personalidade*. Portugal: Artmed.
- Fuentes, N. N. (2020). *La motivación en el desempeño laboral de los empleados de los hoteles en el Cantón Quevedo, Ecuador*. Obtenido de

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202020000100359](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000100359)

- Goleman, D. (2014). *Liderazgo. El poder de la inteligencia emocional (Spanish Edition)*. España: Penguin Random House Grupo Editorial España.
- Gómez, M. (2016). *Análisis de los factores del comportamiento organizacional en jóvenes que están iniciando su carrera laboral*. Colombia: Estudios Gerenciales.
- Heller, A. (2018). *Teoria De Las Necesidades En Marx*. Alemania: SABYK.
- LLERENA, J. C. (2021). *INFLUENCIA DE LA SATISFACCIÓN EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS INDICADORES COMERCIALES DE LOS COLABORADORES DEL ÁREA DE OPERACIONES EN UNA ENTIDAD BANCARIA EN LA CIUDAD DE AREQUIPA, 2020*. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12773/12093/UPwolljc.pdf?sequence=1>
- Louzã, M. (2016). *Trastornos de la personalidad*. Brasil: Artmed.
- Lutis, V. D. (2017). *Alcanza la satisfacción laboral*. Ecuador: ePubLibre.
- Mamani, L. (2016). *Comportamientos abusivos de baja intensidad en las organizaciones: una revisión de la literatura y de sus implicancias*. Perú: RODS.
- Mariño, C. O. (2018). *Relación entre el clima organizacional y desempeño laboral de los colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito Credicoop Arequipa, 2018*. Obtenido de [https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/1583/Clis\\_Tesis\\_Licenciatura\\_2018.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/1583/Clis_Tesis_Licenciatura_2018.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

- Myers, D. (2014). *Psicología social*. Ecuador: Artmed.
- Reeve, J. (2011). *Motivación y emoción*. Mexico: McGraw-Hill.
- Sampieri, R. H. (2017). *Metodología de la investigación* . España: MC GRAW HILL.
- Tirado, A. (2015). *Manual de evaluación e intervención psicológica en necesidades educativas especiales*. España: España .
- VÁSQUEZ, G. B. (2018). *MOTIVACIÓN Y DESEMPEÑO LABORAL DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO EN UNA EMPRESA AGROINDUSTRIAL DE LA REGIÓN LAMBAYEQUE*. Obtenido de [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1108/1/TM\\_BurgaVasquezGuisela\\_WiesseEslavaSandra.pdf.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1108/1/TM_BurgaVasquezGuisela_WiesseEslavaSandra.pdf.pdf)
- Vega, M. M. (2016). *Análisis de la satisfacción y el desempeño laboral en los funcionarios de la Municipalidad de Talcahuano*. Obtenido de [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=s0718-24492015000300001&script=sci\\_arttext](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=s0718-24492015000300001&script=sci_arttext)
- Velazco, J. (2020). *El Poder De La Mente Subconsciente: Todo esta en la mente - Libro de Autoayuda - Desarrollo Personal - Motivacion - Autoestima - vida en plenitud - (Spanish Edition)*. España: SRS.
- Walt, M. (2017). *Manual de Psicología Cognitiva*. EEUU: Artmed.

## ANEXOS

### MODELO DE ENCUESTA

1. ¿Cómo te sientes con tu motivación al ser promotor de créditos?
  - Bien
  - Regular
  - Deseo no opinar
2. ¿Recibes algún tipo de estímulo a tu esfuerzo cuando consigues muchos clientes?
  - Siempre
  - Raras veces
  - Nunca
3. ¿Cuáles son las aspiraciones que tienes como promotor de créditos?
  - Ascender
  - Trabajar responsablemente
  - Trabajar para solventarme
4. ¿Posees algún reconocimiento interno como promotor de créditos en Caja Arequipa?
  - Si
  - Algunos
  - No
5. ¿Te sientes satisfecho con tu sueldo fijo y tus comisiones?
  - Si
  - Raras veces
  - No
6. ¿Te gusta sobrepasar tu meta y comisionar más que tus compañeros a fin de mes?
  - Siempre
  - Raras veces
  - No me siento apto para hacerlo
7. ¿Cuál es el tipo de comportamiento que mostraste el primer día que te incorporaste como promotor de crédito?
  - Inspirado
  - Normal
  - Inseguro

8. ¿Cuál es el tipo de comportamiento que mostraste durante tu trabajo de promotor de crédito?
- Inspirado
  - Normal
  - Inseguro
9. ¿Te sientes satisfecho con el trato de tu jefe?
- Si
  - No
10. ¿Crees que tu sueldo y comisiones te permite tener satisfacción?
- Si
  - No
11. ¿Cuál es tu actitud con clientes indecisos?
- Tolerante
  - Serio
  - Intolerante
11. ¿Te es fácil captar muchos clientes cada día?
- Si
  - No
- 13 Cuando un cliente se te acerca por algo ¿Sueles ser atento o depende de tu situación?
- Soy atento
  - Depende de su pregunta
  - Depende de la situación en la que este
- 14.¿Tomarías un cargo para buscar más clientes a cambio de un aumento salarial?
- Si
  - No
15. ¿Cuál era tu estabilidad emocional los primeros días que tenías como promotor de créditos?
- Muy sociable
  - Antisocial

- Temeroso

16. ¿Crees que tu estabilidad emocional está reflejado en tus logros?

- Claro que si
- No del todo

17. ¿Cómo es tu actitud cuando brindas informes a tus clientes?

- Muy persuasivo
- Es tímida
- Mala

18. ¿Cuándo un cliente decide no tomar un crédito como te sientes?

- Decepcionado
- Enojado
- Normal

19. ¿Cómo valoras tus experiencias pasadas en otras entidades financieras?

- Como experiencias de aprendizaje
- Como algo normal
- No las valoro

20. ¿Consideras que cada experiencia motiva a trabajar mejor?

- Si
- No

21. ¿Cómo percibes el liderazgo que emana de tu jefe de trabajo?

- Es bueno
- Es regular
- Es pésimo

22. ¿Crees que el liderazgo es una herramienta para el logro de tus objetivos?

- Si
- No

# VALIDACIÓN POR JUECES

Nombre: ... RAYJAR QUISPE SUELDO.....

Lugar de trabajo: ... ALICORP ... S A A..... Especialidad: ... COMERCIAL.....

### Indicaciones

Por favor valore cada ítem tomando en cuenta los siguientes criterios:

**COHERENCIA:** Si el ítem guarda una relación teórica con la variable con el constructo o variable que se está evaluando.

**RELEVANCIA:** Si el ítem es necesario para evaluar el constructo en la muestra en que se quiere medir. Si el ítem no generaría incomodidad en los evaluados o que estos mientan para guardar las apariencias.

**CLARIDAD:** Si el lenguaje empleado en el ítem es lo suficientemente comprensible para la muestra. Además si la redacción es coherente y sin faltas ortográficas.

Colocar en las casillas el número 1, 2, 3 y/o 4 según su apreciación

- 1 si, NO CUMPLE CON EL CRITERIO
- 2 si, presenta un NIVEL BAJO
- 3 si, presenta un NIVEL MODERADO
- 4 si, presenta un NIVEL ALTO

### ESCALA: Motivación y desempeño laboral de los promotores de crédito Caja Arequipa,

Arequipa- 2021

ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES
1. ¿Cómo te sientes con tu motivación al ser promotor de créditos?	4	4	4	
2. ¿Recibes algún tipo de estímulo a tu esfuerzo cuando consigues muchos clientes?	4	4	4	
3. ¿Cuáles son las aspiraciones que tienes como promotor de créditos?	4	4	4	
4. ¿Posees algún incentivo interno como promotor de créditos en Caja Arequipa?	4	3	4	

5. ¿Te sientes satisfecho con tu sueldo fijo y tus comisiones?	3	4	4	4	
6. ¿Te gusta sobrepasar tu meta y comisionar más que tus compañeros a fin de mes?	4	4	4	4	
7. ¿Cuál es el tipo de comportamiento que mostraste el primer día que te incorporaste como promotor de crédito?	3	4	3		
8. ¿Cuál es el tipo de comportamiento que mostraste durante tu trabajo de promotor de crédito?	4	4	4		
9. ¿Te sientes satisfecho con el trato de tu jefe?	3	4	4		
10. ¿Crees que tu sueldo y comisiones te permite tener satisfacción?	4	4	4		
11. ¿Cuál es tu actitud con clientes indecisos?	3	3	4		
12. ¿Te es fácil captar muchos clientes cada día?	4	4	4		
13. Cuando un cliente se te acerca por algo ¿Sueles ser atento o depende de tu situación?	4	4	4		
14. ¿Tomarías un cargo para buscar más clientes a cambio de un aumento salarial?	4	4	4		
15. ¿Cuál era tu estabilidad emocional los primeros días que tenías como promotor de créditos?	4	3	4		
16. ¿Crees que tu estabilidad emocional está reflejado en tus logros?	4	4	4		
17. ¿Como es tu actitud cuando brindas informes a tus clientes?	4	4	4		
18. ¿Cuando un cliente decide no tomar un crédito como te sientes?	4	4	4		
19. ¿Como valoras tus experiencias pasadas en otras entidades financieras?	4	4	4		
20. ¿Consideras que cada experiencia motiva a trabajar mejor?	4	4	4		
21. ¿Cómo percibes el liderazgo que emana de tu jefe de trabajo?	3	4	4		
22. ¿Cres que el liderazgo es una herramienta para lograr tus objetivos?	3	4	4		



**VALIDACIÓN POR JUECES**

**Nombre:** BENEDICTO JOSÉ CÉSPEDES GAMBOA

**Lugar de trabajo:** DOCENTE UNIVERSITARIO. **Especialidad:** PSICOLOGO

**Indicaciones**

Por favor valore cada ítem tomando en cuenta los siguientes criterios:

**COHERENCIA:** Si el ítem guarda una relación teórica con la variable con el constructo o variable que se está evaluando.

**RELEVANCIA:** Si el ítem es necesario para evaluar el constructo en la muestra en que se quiere medir. Si el ítem no generaría incomodidad en los evaluados o que estos mientan para guardar las apariencias.

**CLARIDAD:** Si el lenguaje empleado en el ítem es lo suficientemente comprensible para la muestra. Además si la redacción es coherente y sin faltas ortográficas.

Colocar en las casillas el número 1, 2, 3 y/o 4 según su apreciación

- 1 si, NO CUMPLE CON EL CRITERIO
- 2 si, presenta un NIVEL BAJO
- 3 si, presenta un NIVEL MODERADO
- 4 si, presenta un NIVEL ALTO

**ESCALA: Motivación y desempeño laboral de los promotores de crédito Caja Arequipa,  
Arequipa- 2021**

ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES
1. ¿Cómo te sientes con tu motivación al ser promotor de créditos?	4	4	4	
2. ¿Recibes algún tipo de estímulo a tu esfuerzo cuando consigues muchos clientes?	4	4	4	
3. ¿Cuáles son las aspiraciones que tienes como promotor de créditos?	4	4	4	
4. ¿Posees algún reconocimiento interno como promotor de créditos en Caja Arequipa?	3	3	3	
5. ¿Te sientes satisfecho con tu sueldo fijo y tus comisiones?	4	4	4	

6. ¿Te gusta sobrepasar tu meta y comisionar más que tus compañeros a fin de mes?	3	4	4	4	
7. ¿Cuál es el tipo de comportamiento que mostraste el primer día que te incorporaste como promotor de crédito?	4	4	4	4	
8. ¿Cuál es el tipo de comportamiento que mostraste durante tu trabajo de promotor de crédito?	4	3	4	4	
9. ¿Te sientes satisfecho con el trato de tu jefe?	4	4	4	4	
10. ¿Crees que tu sueldo y comisiones te permite tener satisfacción?	4	3	4	4	
11. ¿Cuál es tu actitud con clientes indecisos?	4	3	4	4	
12. ¿Te es fácil captar muchos clientes cada día?	4	4	4	4	
13. Cuando un cliente se te acerca por algo ¿Sueles ser atento o depende de tu situación?	4	4	4	4	
14. ¿Tomarías un cargo para buscar más clientes a cambio de un aumento salarial?	3	4	4	4	
15. ¿Cuál era tu estabilidad emocional los primeros días que tenías como promotor de créditos?	3	4	4	4	
16. ¿Crees que tu estabilidad emocional esta reflejado en tus logros?	4	3	4	4	
17. ¿Cómo es tu actitud cuando brindas informes a tus clientes?	4	4	4	4	
18. ¿Cuando un cliente decide no tomar un crédito como te sientes?	4	4	4	4	
19. ¿Cómo valoras tus experiencias pasadas en otras entidades financieras?	3	4	4	4	
20. ¿Consideras que cada experiencia motiva a trabajar mejor?	4	4	4	4	
21. ¿Cómo percibes el liderazgo que emana de tu jefe de trabajo?	4	4	4	4	
22. ¿Cres que el liderazgo es una herramienta para el logro de tus objetivos?	4	4	3	3	

## SUGERENCIAS GENERALES



# VALIDACIÓN POR JUECES

Nombre: Leonel Roger Revilla Cruz.....

Lugar de trabajo: Docente universitario UNSA..... Especialidad: Psicología Clínica

## Indicaciones

Por favor valore cada ítem tomando en cuenta los siguientes criterios:

**COHERENCIA:** Si el ítem guarda una relación teórica con la variable con el constructo o variable que se está evaluando.

**RELEVANCIA:** Si el ítem es necesario para evaluar el constructo en la muestra en que se quiere medir. Si el ítem no generaría incomodidad en los evaluados o que estos intentan para guardar las apariencias.

**CLARIDAD:** Si el lenguaje empleado en el ítem es lo suficientemente comprensible para la muestra. Además si la redacción es coherente y sin faltas ortográficas.

Colocar en las casillas el número 1, 2, 3 y/o 4 según su apreciación

- 1 si, NO CUMPLE CON EL CRITERIO
- 2 si, presenta un NIVEL BAJO
- 3 si, presenta un NIVEL MODERADO
- 4 si, presenta un NIVEL ALTO

ESCALA: Motivación y desempeño laboral de los promotores de crédito Caja Arequipa, Arequipa- 2021					OBSERVACIONES
ITEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	CLARIDAD		
1. ¿Cómo te sientes con tu motivación al ser promotor de créditos?	4	4	4		
2. ¿Recibes algún tipo de estímulo a tu esfuerzo cuando consigues muchos clientes?	4	4	4		
3. ¿Cuáles son las aspiraciones que tienes como promotor de créditos?	4	4	4		
4. ¿Posees algún incentivo interno como promotor de créditos en Caja Arequipa?	4	4	4		

5. ¿Te sientes satisfecho con tu sueldo fijo y tus comisiones?	4	4	4	4	
6. ¿Te gusta sobrepasar tu meta y comisionar más que tus compañeros a fin de mes?	4	4	4	4	
7. ¿Cuál es el tipo de comportamiento que mostraste el primer día que te incorporaste como promotor de crédito?	4	4	4	4	
8. ¿Cuál es el tipo de comportamiento que mostraste durante tu trabajo de promotor de crédito?	4	4	4	4	
9. ¿Te sientes satisfecho con el trato de tu jefe?	4	4	4	4	
10. ¿Crees que tu sueldo y comisiones te permite tener satisfacción?	4	4	4	4	
11. ¿Cuál es tu actitud con clientes indecisos?	4	4	4	4	
12. ¿Te es fácil captar muchos clientes cada día?	4	4	4	4	
13. Cuando un cliente se te acerca por algo ¿Sueles ser atento o depende de tu situación?	4	4	4	4	
14. ¿Tomarías un cargo para buscar más clientes a cambio de un aumento salarial?	4	4	4	4	
15. ¿Cuál era tu estabilidad emocional los primeros días que tenas como promotor de créditos?	4	4	4	4	
16. ¿Crees que tu estabilidad emocional esta reflejado en tus logros?	4	4	4	4	
17. ¿Cómo es tu actitud cuando brindas informes a tus clientes?	4	4	4	4	
18. ¿Cuando un cliente decide no tomar un crédito como te sientes?	4	4	4	4	
19. ¿Cómo valoras tus experiencias pasadas en otras entidades financieras?	4	4	4	4	
20. ¿Consideras que cada experiencia motiva a trabajar mejor?	4	4	4	4	
21. ¿Cómo percibes el liderazgo que emana de tu jefe de trabajo?	4	4	4	4	
22. ¿Cres que el liderazgo es una herramienta para lograr tus objetivos?	4	4	4	4	

SUGERENCIAS GENERALES

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



FIRMA Y SELLO

Lugar y fecha: 30 de noviembre 2021