



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN COMERCIAL

“LA MOTIVACIÓN EN EL CUMPLIMIENTO DE LA
CUOTA DE LA FUERZA DE VENTAS DE UNA
EMPRESA FABRICANTE Y COMERCIALIZADORA DE
MALETAS Y EQUIPAJE, TRUJILLO 2018”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciadas en Administración y Gestión Comercial

Autoras:

Bach. ASENCIOS MONTALVÁN, MIRIAM GERALDINE

Bach. FERNANDEZ RAMIREZ, SEMIRAMIS MARUJA

Asesor:

M. SEGUNDO ALONSO VILCHEZ VERA

Trujillo – Perú

2018

APROBACIÓN DE LA TESIS

El asesor y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por las Bachilleres de **Administración y Gestión Comercial**, denominada:

“LA MOTIVACIÓN EN EL CUMPLIMIENTO DE LA CUOTA DE LA FUERZA DE VENTAS DE UNA EMPRESA FABRICANTE Y COMERCIALIZADORA DE MALETAS Y EQUIPAJE, TRUJILLO 2018”

M. Segundo Alonso Vilchez Vera

ASESOR

M. Mercy Evelyn Angulo Cortejana

JURADO

M. Rocío del Pilar Pretel Justiniano

JURADO

M. Gaspar Cristian Tirado Galarreta

JURADO

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE FIGURAS	6
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE GRAFICOS	7
RESUMEN	8
ABSTRACT	10
CAPITULO 1. INTRODUCCIÓN.....	12
1.1. Realidad problemática	12
1.2. Formulación del problema.....	13
1.3. Justificación	14
1.4. Limitaciones.....	14
1.5. Objetivos.....	15
1.5.1. Objetivo General.....	15
1.5.2. Objetivos Específicos.....	15
CAPITULO 2. MARCO TEÓRICO.....	16
2.1. ANTECEDENTES.....	16
2.2. BASES TEÓRICAS.....	19
2.2.1. MOTIVACIÓN:.....	19
2.2.2. CUOTA DE VENTA	25
2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS.....	31
CAPITULO 3. METODOLOGÍA	33
3.1. Diseño de investigación	33
3.2. Formulación de la hipótesis	33
3.4. Operacionalización de variables	34
3.5. Unidad de estudio	35
3.6. Población	35
3.7. Muestra.....	35
3.4. Técnicas	35
3.5. Instrumentos	35
CAPITULO 4. RESULTADOS	36

CAPITULO 5. DISCUSIÓN	57
CAPITULO 6. CONCLUSIONES.....	59
CAPITULO 7. RECOMENDACIONES	61
CAPITULO 9. ANEXOS	64
9.1. Instrumentos	64
9.2. Validaciones	65
9.3. Capacitación dinámica online para la fuerza de ventas.....	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Etapas de ciclo motivacional con frustración o compensación.	20
Figura 2: Pirámide Motivacional de Maslow	22

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Reporte de Ventas Mensual de los últimos 3 años de una empresa fabricante y comercializadora de maletas y equipaje en Trujillo – Perú.....	47
Tabla 2: Ventas anuales del 2016, 2017 y 2018 de una empresa fabricante y comercializadora de maletas y equipaje en Trujillo – Perú.....	47
Tabla 3: Ventas mensuales por vendedor – Periodo 2016, 2017, 2018	48
Tabla 4: Periodos de alto rendimiento en ventas por vendedor.....	50
Tabla 5: Cumplimiento de Cuota de Ventas en los últimos 3 años.....	52

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1: El tiempo de descanso que le brinda la empresa es adecuado	36
Gráfico 2: Las cuotas de ventas propuestas por la empresa son realistas	37
Gráfico 3: La empresa le brinda las herramientas necesarias para llegar a cumplir la meta de tienda.....	37
Gráfico 4: Su buen desempeño en sus labores es reconocido por sus superiores.....	38
Gráfico 5: Confía en que seguirá laborando en la empresa	39
Gráfico 6: El ambiente donde desempeña sus labores diarias es seguro	39
Gráfico 7: La relación entre usted y sus compañeros de trabajo es buena	40
Gráfico 8: La relación entre usted y su Jefe inmediato es buena	41
Gráfico 9: La remuneración percibida es la adecuada y proporcional a su esfuerzo	41
Gráfico 10: Las políticas de la empresa son adecuadas	42
Gráfico 12: Si se esforzaría más, tendría la posibilidad de ascender de puesto en la empresa.....	43
Gráfico 13: La forma en la que se administra la tienda es la correcta. Todo va bien con su administración.....	44
Gráfico 14: Ser parte de esta empresa le otorga un estatus alto a su experiencia laboral	45
Gráfico 15: Siente que la supervisión a la fuerza de ventas es muy controladora	45
Gráfico 16: La infraestructura y ubicación de la empresa le facilita desarrollar sus labores de forma óptima.....	46
Gráfico 17: Ventas mensuales del año 2016.....	53
Gráfico 18: Ventas mensuales del año 2017.....	54
Gráfico 19: Ventas mensuales hasta Noviembre del 2018	55
Gráfico 20: Comparación entre los tres últimos años	56

RESUMEN

Uno de los departamentos más importantes de cualquier empresa es el departamento de ventas. En este recae casi todo el peso del éxito o fracaso de la misma. A pesar de las estrategias de marketing que se lleven a cabo, si la fuerza de ventas no realiza bien sus funciones, con gran seguridad se perderán no sólo ventas, sino también clientes, lo que es perjudicial para la organización.

Para evitar este tipo de situaciones, es fundamental que el equipo de ventas se encuentre motivado. Su función no es nada sencilla, ya que a pesar de estar pasando por un mal momento, tener un mal día o estar cansados, siempre tienen que mostrar su mejor sonrisa y ofrecer un excelente servicio a su cliente, así este sea tranquilo y agradable o el más exigente e irritante.

Además, las empresas deben competir también con otros negocios y con internet, hoy en día el mayor rival de cualquier negocio físico. Hacer frente a estas situaciones y mantener una actitud amable y profesional, sólo es posible cuando el nivel de motivación de los trabajadores es alto.

En la presente Tesis, se desarrollará el estudio de la motivación para el cumplimiento de la cuota de la fuerza de ventas de una empresa fabricante y comercializadora de maletas y equipaje ubicada en nuestra ciudad de Trujillo.

La empresa objeto de estudio se encuentra en Perú desde el año 2013, pero en Trujillo, desde Julio del 2015.

Las cuotas que se les impone a los cuatro trabajadores del área de ventas son mensuales y se maneja como cuota total, es decir, como equipo. Esto facilita el compañerismo entre los colaboradores y alienta a que se apoyen unos a otros para llegar a la meta. Sin embargo, cabe resaltar que se evalúa el rendimiento personal también, ya que es importante no descuidar su desempeño individual a lo largo de los meses.

Si llegan a la cuota establecida, se les brinda una comisión como reconocimiento a su esfuerzo. El que haya realizado mayores ventas y su porcentaje de productividad sea

más elevado que del resto de sus compañeros, recibe además una comisión extra manejada por la empresa.

Las acciones motivacionales mencionadas, corresponden al periodo final del 2016-2 hasta la actualidad, donde según los resultados obtenidos en los cuestionarios que se les aplicó a los colaboradores y el reporte de ventas total como también por vendedor, se puede decir que la motivación sí influye en el cumplimiento de la cuota interpuesta a la fuerza de ventas de la empresa en análisis.

ABSTRACT

One of the most important departments of any company is the department of sales. In this it falls almost all the weight of the success or failure of the company. In spite of the strategies of marketing that are carried out, if the force of sales does not make well its functions, with great security will be lost not only sales, but also clients, which is prejudicial for the organization.

In order to avoid this type of situations, it is fundamental that the equipment of sales is motivated. Its function is not nothing simple, since in spite of being happening through badly a moment, to be badly or to be tired, always they must show his better smile and offer an excellent service to his client, although this client is calm and pleasant or most demanding and irritating.

In addition, the companies must also compete with other businesses and Internet, nowadays the greater rival of any physical business. Face these situations and to maintain amiable and professional an attitude, is only possible when the level of motivation of the workers is high.

In the present Thesis, the study of the motivation for the fulfillment of the quota of the force of sales of a manufacturing and comercializadora company of suitcases and luggage located in our city of Trujillo will be developed.

The study company object is in Peru from year 2013, but in Trujillo, from Julio of the 2015.

The quotas that put on the four workers to them of the area of sales are monthly and it is handled like total quota, that is to say, like equipment. This facilitates a good ambient between the collaborators and to that all strive to arrive at the goal. Nevertheless, the personal yield is also evaluated, since it is important not to neglect its individual performance throughout the months.

If they arrive at the established quota, the gift is a commission like recognition for his effort. When a colaborator has made greater sales and their percentage of productivity more is elevated than of the rest of their companions, it receives in addition an extra commission handled by the company.

The mentioned motivacionales actions, correspond to period final 2016-2 until the present time, where according to the results obtained in the questionnaires that were applied to the collaborators and the total report to them of sales like also by salesman, can be said that the motivation is influencer in the fulfillment of the quota interposed of the company in analysis.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.

CAPITULO 8. BIBLIOGRAFIA

- ANONIMO. (2014). EL 45% DE TRABAJADORES NO ES FELIZ EN SU CENTRO DE LABORES. *DIARIO GESTIÓN*. Obtenido de DIARIO GESTIÓN.
- Apaza, R. I. (2014). *Factores Motivadores y su influencia en el Desempeño Laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de San Román - Juliaca, 2014*. Juliaca, Perú: UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ".
- Cerna, M. E. (2017). *Motivación y satisfacción laboral en empleados de un municipio de la provincia de Trujillo*. Trujillo. Obtenido de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/3038/1/RE_PSICO_MELISSA.GOMEZ_MOTIVACION.Y.SATISFACCION_DATOS.PDF
- Chiavenato, I. (2000). *Administración de Recursos Humanos*. México: McGraw Hill.
- Económica, A. (2012). *Desmotivación laboral aumenta con el tiempo pasado en la empresa*. Obtenido de <https://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/5-causas-por-las-cuales-los-empleados-pierden-motivacion>
- Ellemers, N., De Gilder, D., & Haslam, S. (2004). Motivating individuals and groups atwork: a social identity perspective on leadership and group performance. *Academy of Management Review*, 459-478.
- Giglio, V. B. (2007). *Motivación Laboral y Compensaciones: Una Investigación de Orientación Teórica* Universidad de Chile. Santiago de Chile.
- González, J. (2008). *Psicología de la Motivación*. La Habana: Ciencias Médicas.
- Herrera Gómez, J. (s.f.). *Wolters Kluwer - Diccionario empresarial*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2018, de http://diccionarioempresarial.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAA AAAEAMtMSbF1jTAAASNTU3NztbLUouLM_DxblwMDS0NDQ7BAZlqIS35ySGVBqm1a Yk5xKgCJkTQPNQAAAA==WKE
- Herzberg, F. (1959). *The motivation to work*. Nueva York: John Wiley and sons.
- Johnston, M. W., & Greg W. Marshall. (2009). *Administración de Ventas* (Novena ed.). (R. M. Ruiz, Trad.) México D.F.: Mc Graw Hill.
- Maldonado Campos, P. A., & Perucca Escobar, P. P. (2008). *La motivación de los empleados en organizaciones con planes de desarrollo de carrera*. Universidad de Chile, Santiago, Chile. Obtenido de http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2008/maldonado_p/sources/maldonado_p.pdf
- Maslow, A. (1943). *A theory of human motivation*. Psychology Review.
- Mejía, M. E. (2012). *Técnicas de Ventas*. México: Red Tercer Milenio.

Motivar a los colaboradores pueden incrementar su productividad en 80%. (22 de mayo de 2017).

DIARIO GESTION.

Newstrom, J. (2011). *Comportamiento humano en el trabajo*. México: McGraw Hill.

Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson.

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2010). *Administración*. Naucalpan de Juárez: Pearson Prentice Hall.

Sexton, W. P. (1977). *Teorías de la Organización*. México: Trillas.