



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Gestión Comercial

“EL DESARROLLO PERSONAL DEL ÁREA DE CAPTACIÓN Y SU IMPACTO EN EL DESEMPEÑO COMERCIAL, DE LA AGENCIA DE UN BANCO EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS, 2020.”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Gestión Comercial

Autora:

Rosa Alarcon Mayuri

Asesor:

Mg. Franklin Córdova Buiza

Lima - Perú

2020

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS

El asesor Mg. Juan Ramón Méndez Vicuña, docente de la Universidad Privada del Norte, Facultad de Negocios, Carrera profesional de ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN COMERCIAL, ha realizado el seguimiento del proceso de formulación y desarrollo de la tesis de la estudiante:

- Alarcón Mayurí, Rosa

Por cuanto, **CONSIDERA** que la tesis titulada: "EL DESARROLLO PERSONAL DEL ÁREA DE CAPTACIÓN Y SU IMPACTO CON EL DESEMPEÑO COMERCIAL, DE LA AGENCIA DE UN BANCO EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS, 2020." para aspirar al título profesional de: Licenciada en Administración y Gestión Comercial por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas, por lo cual, AUTORIZA al o a los interesados para su presentación.

Mg. Franklin Córdova Buiza
Asesor

ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Los miembros del jurado evaluador asignados han procedido a realizar la evaluación de la tesis de la estudiante: *Haga clic o pulse aquí para escribir texto*, para aspirar al título profesional con la tesis denominada: *Haga clic o pulse aquí para escribir texto*.

Luego de la revisión del trabajo, en forma y contenido, los miembros del jurado concuerdan:

Aprobación por unanimidad

Aprobación por mayoría

Calificativo:

Excelente [20 - 18]

Sobresaliente [17 - 15]

Bueno [14 - 13]

Calificativo:

Excelente [20 - 18]

Sobresaliente [17 - 15]

Bueno [14 - 13]

Desaprobado

Firman en señal de conformidad:

Ing./Lic./Dr./Mg. Nombre y Apellidos

Jurado
Presidente

Ing./Lic./Dr./Mg. Nombre y Apellidos

Jurado

Ing./Lic./Dr./Mg. Nombre y Apellidos

Jurado

DEDICATORIA

A mis padres, Isidora y Alejandro, a mis hermanos, también a mi primo Alberto, por haberme apoyado durante el curso de toda mi carrera universitaria y en mi crecimiento personal y profesional.

Rosa Alarcón Mayurí

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento es para los maestros de la universidad Privada del Norte, Facultad de negocios por incentivar me a investigar, además por compartir sus conocimientos y experiencias.

A mi asesor, Franklin Córdova Buiza por brindarme su tiempo a fin de realizar la presente investigación.

A Dios, por darme salud, inteligencia, paciencia y ser el guía en mi vida.

A mis padres y familia por sus sacrificios, amor, motivación constante, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí.

Rosa Alarcón Mayurí

Tabla de contenidos

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS.....	2
ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN.....	9
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	22
CAPÍTULO III. RESULTADOS	25
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	34
REFERENCIAS	37
ANEXOS	40

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Evaluación del Modelo estructural.....	14
Tabla 2: KMO y prueba de bartlett.....	24
Tabla 3: Alfa de Cronbach.....	24
Tabla 4: Variable Desarrollo personal en la dimensión Productividad.....	25
Tabla 5: Variable Desarrollo Personal en la dimensión Capacitación.....	26
Tabla 6: Variable Desarrollo Personal en la dimensión Capacidades.....	27
Tabla 7: Variable Desarrollo Personal en la dimensión Motivación.....	28
Tabla 8: Variable Desarrollo Personal en la dimensión Comunicación.....	29
Tabla 9: Distribución de los datos obtenidos para la prueba de normalidad, según explica Shapiro- Wilk, para el desarrollo personal y el desempeño comercial	30
Tabla 10: Correlación entre las variables: Desarrollo personal y Desempeño Comercial ..	30
Tabla 11: Correlación entre la capacitación y el desempeño comercial.....	31
Tabla 12: Correlación entre las capacidades y el desempeño comercial.....	31
Tabla 13: Correlación entre la Motivación y el desempeño comercial	33
Tabla 14: Correlación entre la Comunicación y el desempeño comercial	33

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Modelo de intervención para mejorar el desempeño.	12
Figura 2: Variable Desarrollo personal en la dimensión Productividad.....	25
Figura 3: Variable Desarrollo Personal en la dimensión Capacitación.	26
Figura 4: Variable Desarrollo Personal en la dimensión Capacidades.....	27
Figura 5: Variable Desarrollo Personal en la dimensión Motivación.	28
Figura 6: Variable Desarrollo Personal en la dimensión Comunicación.....	29

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado EL DESARROLLO PERSONAL DEL AREA DE CAPTACIÓN Y SU IMPACTO EN EL DESEMPEÑO COMERCIAL, DE LA AGENCIA DE UN BANCO EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS, 2020. El desempeño comercial es parte fundamental para lograr el éxito y el crecimiento acelerado de la empresa y tiene como pilar fundamental del éxito, el aprovechamiento y potencialización del capital humano y el desarrollo personal.

El presente trabajo de investigación, tiene como objetivo principal determinar de qué manera el desarrollo personal del área de captación genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de los Olivos, 2020.

Esta investigación es cuantitativa, tiene un diseño de investigación no experimental, porque no controla las variables independientes, también será transversal correlacional, el cual se aplicó un censo a una muestra de estudio de veinticinco (25) empleados, que comprende toda la fuerza de ventas de la Agencia de un Banco en el distrito de los olivos, dentro de ello son: asesores comerciales y ejecutivos de venta, que laboran en el banco, obteniendo como resultado una correlación de 0.628 el cual se demuestra que existe una correlación significativa alta entre las variables de Desarrollo Personal y Desempeño Comercial.

Palabras clave: Desarrollo Personal, Entidades Bancarias, Desempeño comercial.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Las empresas del sector retail-financiero a través de los años han generado una gran participación en el mercado tanto nacional como internacional, logrando un crecimiento mayor cada año. En nuestro país estas empresas tienen un motor fundamental para impulsar sus ventas que son: las tarjetas de créditos que es uno de sus principales productos financieros, el cual el desempeño de la fuerza de ventas, la satisfacción del trabajador, autoestima, trabajo en equipo y capacitación para el trabajador, es parte fundamental para lograr el éxito y el crecimiento acelerado de la empresa retail-financiero.

Hoy en día tenemos en este contexto retail-financiero, el canal moderno que está en constante evolución y todo depende de las nuevas estrategias que empleen las empresas del sector para atraer a más consumidores, fidelizarlos y asegurar un crecimiento mayor en el consumo y desembolso del hogar, esto es a través del desempeño del área comercial y su fuerza de ventas. (Jose Antonio, 2015).

El desarrollo personal se encuentra correlacionado con el desempeño de los trabajadores y su permanencia en el puesto de trabajo y empresa, entre los cuales se encuentran referencias al aprendizaje, incentivos económicos, desarrollo de capacidades individuales y experiencias significativas satisfactorias de realización personal.

De acuerdo al desempeño comercial, los problemas referidos al desempeño laboral son tan comunes, principalmente en las entidades financieras. Si bien es cierto, en el ámbito tanto nacional como internacional en entidades financieras se producen cotidianamente problemas entre el desempeño del personal de ventas. Estos problemas obstaculizan el logro de los objetivos para las que la entidad financiera fue creada la cual impide alcanzar el cumplimiento de la empresa. (Guerrero, Gonzales, Chamorro, & Picon, 2015).

Tomaremos como punto de investigación la Agencia de un Banco en el distrito de los Olivos, el cual se especificará un área del banco a fin de mejorar sus niveles de productividad la cual viene a ser: el área comercial, conformada por el área de captación. La problemática que registra actualmente la empresa, es el descenso del nivel de ventas de la fuerza de ventas en el Banco que se da por diversos factores que afectan su rendimiento laboral; dentro de las causas tenemos dedicación a estudios, cargas familiares, problemas personales y económicos, etc., que enfrenta el trabajador cuando no cumple sus metas o no llega a la meta

de sus indicadores comerciales, problemas de salud y la adecuación a sus horarios de trabajo opacan el desarrollo que se debería dar en el curso de sus labores cotidianas.

Los Resultados del presente estudio permitirán identificar los distintos enfoques al desarrollo personal de la fuerza de ventas de la empresa, esto permitirá a la empresa del sector financiero, como mejorar el desempeño comercial a partir de estos enfoques, planteando distintas estrategias dentro de la empresa y la obtención de mejores resultados, ya que el desempeño comercial es parte fundamental para lograr el éxito y el crecimiento acelerado de la empresa y tiene como pilar fundamental del éxito el aprovechamiento y potencialización del capital humano. No obstante, se plantea la posibilidad de que, siempre a partir del resultado, se puede mejorar y optimizar el desenvolvimiento del empleado en la empresa.

1.2 Marco Teórico

1.2.1 Antecedentes

Si bien a nivel nacional y a nivel internacional existen diversos tipos de investigación acerca del desempeño de la fuerza de ventas, no se presentan en mayor cantidad las investigaciones sobre el desarrollo personal y su relación con el desempeño comercial.

Como antecedentes a la investigación, se han encontrado algunas referidas al tema en investigación, las cuales pasamos a detallar.

1.2.2 Antecedentes Internacionales

(Daniel, 2018) *Implementación Operativa de un Modelo De Intervención Para La Mejora Del Desempeño Organizacional, Universidad Iberoamericana León de México*. En su investigación concluye: En este artículo el Autor propone un modelo de implementación operativo para la mejora del desempeño organizacional, que comprende los elementos administrativos y operativos que contrarrestan las principales causas de fracaso a través de mejorar el desempeño organizacional que está compuesto por el desempeño financiero y el desempeño operativo.

La finalidad de la investigación es proporcionar un instrumento operativo para la adecuada implementación del modelo presentado, el modelo apoya a los integrantes de la empresa a través de cuatro diferentes ejes que abarcan tanto elementos administrativos como elementos operativos.

Existe otro factor que se tiene considerar, el cual la mayoría de pymes son empresas con relación familiar, lo que le añade complejidad a su manejo, por la elaborada dinámica que

caracteriza a las empresas de este tipo. Analizando las causas del fracaso, se infiere por su origen que están relacionadas al desempeño organizacional.



Figura 1: Modelo de intervención para mejorar el desempeño.

Fuente: Matus (2014).

(Esther, 2018) *La Calidad De Vida Laboral y el Estudio del Recurso Humano: Una reflexión sobre su relación con las variables organizacionales, Universidad del Norte de Colombia.* En su investigación concluye: En este Artículo el Autor concluye que con el tiempo nacen corrientes del pensamiento administrativo, en especial aquellas basadas en la importancia de las personas en una empresa. Una de las principales fue la teoría de las relaciones humanas, esta teoría tiene su fundamento en un enfoque centrado en el recurso humano y su potencia para las empresas como un factor valioso y muy importante. Es a partir de ahí donde el concepto de calidad de vida laboral se empieza a construir en términos de importancia.

Estudiar la calidad de vida en el centro laboral tiene como objetivo responder a las necesidades de un medio ambiente laboral cada vez más exigente, ya que pareciera que se retrocede en concordancia a ese concepto, ya que cada vez un número mayor de empresa optan por estructuras y formas de gestión que tienen como base la deshumanización de las relaciones laborales en búsqueda de mayor productividad, rentabilidad y competitividad en el mercado. Surge con mayor fuerza la importancia en las nuevas formas de gestión empresarial y de recursos humanos actuales a adquirir estudios en relación al tema de calidad de vida laboral., ya que en varias investigaciones se ha dado a conocer que la calidad de vida laboral debería ser uno de los elementos más importantes dentro de las empresas, ya que al propiciar el bienestar de los colaboradores es posible garantizar la productividad y rentabilidad de las empresas en el mercado.

(Natalia, Ines, & Angel, 2015) *Formación Para Fuerza De Ventas Mexicanas, Universidad del Zulia de Venezuela*. En su investigación concluye: El autor en este artículo concluye que la mejora del desempeño de los vendedores, una buena alternativa es planificar su formación. Esta situación es muy importante cuando las empresas, a través de los encargados de tomar decisiones, optan por implementar estrategias a medio y largo plazo en relación al desarrollo personal, en habilidades y capacidades de los vendedores, mediante programas de formación en ventas, los resultados de ciertas investigaciones permiten generar pautas y guías de cómo incrementar el rendimiento, logrando un mayor desempeño del vendedor, obteniendo más calidad en su trabajo y menos errores. Cuando los vendedores reciben por parte de la empresa formación, minimizan sus errores, manejan mejor sus tiempos, mejoran sus presentaciones, mejora el clima laboral y a favor el rendimiento y la eficacia, todo ello se traduce en una influencia positiva y de gran importancia en la motivación personal del vendedor, estimulando su lealtad hacia la empresa, por ellos se recomienda a las organizaciones de optar por la formación en especial la formación en ventas y conocimiento previos. También se puede constatar que, al mejorar el rendimiento, mejorara también la eficiencia de los vendedores, esto es el cumplimiento de sus objetivos.

Una vez que la empresa ha decidido por formar a sus colaboradores debe de planificar su formación, a fin de especificar el tipo de habilidades y capacidades a desarrollarse, el sitio o lugar donde se va a desarrollar, las técnicas y instrumentos que se utilizaran y los resultados que se esperan obtener.

Tabla 1: Evaluación del Modelo estructural

VARIABLES LATENTES	R ²	COMUNALIDAD	REDUNDANCIA	GoF
Planificación de la formación	0,187	0,623	0,126	
Desempeño del vendedor	0,266	0,622	0,152	
Liderazgo	0,491	0,622	0,152	0,568
Rendimiento	0,707	0,653	0,340	
Eficacia	0,832	0,693	0,575	
%	0,459	0,643	1,345	

Fuente: Villa López Natalia, Escamilla Santana Miguel Ángel, Kuster Inés (2015).

Nota: Solo se calcula las R² de las variables dependientes.

(Martinic & Stecher, 2020) *Experiencias de trabajadores del retail en Chile, Universidad Diego Portales de Chile*. En su investigación concluye: El autor en su artículo concluye como resultado de la investigación, en primer lugar, se encuentran referencias a la realización personal como experiencias satisfactorias, por un lado, se observa una vía de realización debido al descubrimiento de las capacidades individuales y un sentido de utilidad. Por otro lado, otra vía de realización está centrada a las relaciones sociales, que hacen que los trabajadores perduren por más tiempo en la empresa. En segundo lugar, se encuentra la experiencia comprometida que lleva lugar a la realización personal alcanzada, la carrera en la organización, la valoración de la trayectoria laboral, el cual estas características generan un fuerte compromiso con el trabajador en el retail y se desarrolla como un móvil de realización personal que influye en la fuerte relación con la empresa o el rubro. A su vez esta experiencia comprometida, sobresale un conocimiento mayor de las oportunidades de desarrollo en la empresa y con una mayor expectativa relacionada al desarrollo profesional, de esta manera a través de esta experiencia se combina el esfuerzo por aprovechar y ganar beneficios y posibilidades que ofrecen en el trabajo de tiendas retail que son: aprendizaje, incentivos económicos, junto a apostar por el futuro, en poder comenzar o concluir estudios superiores. El sentido de realización, se juega en la capacidad de proyectarse y se genera una distancia activa con respecto a la experiencia de explotación o agobio laboral en la tienda. Asimismo, se dio cuenta de orientaciones a las acciones

relacionadas en sentimientos de autorrealización y desarrollo laboral en retail pero también a las vivencias de sufrimiento y malestar en el trabajo el cual generaban un gran distanciamiento a la industria retail.

1.2.3 Antecedentes Nacionales

(Edward, 2015) *Clima Organizacional y Desempeño Laboral, Universidad Nacional del Altiplano del Perú*. En su investigación concluye: Que el desempeño se halla determinado por factores asociados al propio empleado, al cliente y al entorno, Así mismo el desempeño se ejerce en diferentes campos o niveles: el contexto socio cultural, el entorno institucional, el ambiente donde labora y sobre el propio empleado, mediante una acción reflexiva. El desempeño implica que, en la organización, la fuerza de trabajo necesaria para la producción del producto es realizada fundamental por la fuerza de ventas. De esta manera, cualquier análisis del trabajo de la fuerza de ventas no puede dejar de considerarse que hoy en día está bien marcada por una forma específica de organización que se refleja cómo está organizado el trabajo en la sociedad.

Todo indica que el desempeño del personal ha sufrido un cambio radical: si hasta hace muy poco se valoraba como el aspecto más importante, el conocimiento y dominio de la información al punto que represento el 75% de la valoración profesional de los empleados, hoy solo representa el 25 % de esta forma, se valoran aspectos tan variados como la destreza en la búsqueda de información, el trabajo en equipo, el liderazgo propio y el auto aprendizaje, entre otros factores.

En este contexto es importante entender las condiciones de trabajo como una serie de características complejas y dinámicas que cambian y reestructuran la composición del espacio. Así, las condiciones del trabajo se pueden definir como "el amplio escenario donde convergen un conjunto de dimensiones sociales, personales y físicas en las cuales labora el personal y la salud como un concepto integral que depende de un equilibrio social, psicológico, fisiológico y biológico que influye fuertemente en la manera como los empleados se desempeñan en la organización.

(Guerrero, Gonzales, Chamorro, & Picon, 2015) *Desarrollo Del Capital Humano y su Impacto en el Desempeño en una Institución Microfinanciera no regulada del Perú, Universidad Peruana Unión del Perú*. En su investigación concluye: En este artículo el Autor analiza la relación existente entre los impulsores del capital humano y el desempeño de una institución micro financiera en el Perú, realizándose la muestra a trabajadores, los

resultados del análisis mostraron que los impulsores practica de liderazgo y capacidad de aprendizaje están relacionados con la productividad de la ejecución de la venta. Dentro de su investigación determino que la variable "capacidad de aprendizaje" está compuesta de cinco prácticas, a saber, innovación, capacitación, desarrollo, valor y apoyo, y finalmente sistemas.

El Perú es uno de los países de la región de América Latina que tiene un mercado micro financiero muy dinámico, desarrollado y competitivo, llegando a ser en el año 2008 el primer país con las mejores condiciones para el desarrollo de las microfinanzas.

La gestión del desempeño comprende la definición y formalización de las metas, el diseño de los sistemas para ponerlos en práctica. El desempeño del capital humano es entendido aquí como las acciones o comportamientos que son relevantes para los objetivos de la empresa, y que son medidos de acuerdo a la competencia de cada individuo y su nivel de contribución a la empresa. Es una variable muy importante para el crecimiento y desarrollo de la empresa dentro del mercado, y es considerada como la piedra angular para lograr la efectividad y el éxito de una compañía; por esta razón, hay un interés muy constante de las empresas por mejorar el desempeño de la fuerza de ventas a través de programas de capacitación y desarrollo del trabajador.

1.3 Bases Teóricas

1.3.1 Desarrollo Personal

"El desarrollo personal es un proceso de construcción constante que toda persona experimenta, en el cual la identidad genérica juega un rol importante para la formación personal, ya que afecta todas las áreas de vida del individuo. El desarrollo personal se encuentra relacionado a fuerzas constructivas internas poseídas por cada individuo de ahí que encierra el crecimiento emocional y social. Para enriquecerse y desarrollarse se requiere, especialmente, de la habilidad de la comunicación." (Jiménez Espinoza, 2015)

1.3.2 Desempeño Comercial

Según (Edward torres Pacheco, 2015) "Es un conjunto de acciones concretas. El desempeño se entiende como el cumplimiento de las funciones asignadas, éste se halla determinado por factores asociados al propio trabajador, al cliente y al entorno. Así mismo, el desempeño se ejerce en diferentes campos o niveles mediante una acción reflexiva."

1.3.3 Sistema Financiero

“El sistema financiero dentro de los múltiples objetivos que persigue, uno de los más importantes es la canalización de recursos provenientes de agentes económicos que registran superávits, al término de sus actividades económicas de cada periodo, hacia otros agentes económicos que hayan registrado déficits, en el cual realizan la intermediación financiera.” (Aceves & Martínez, 2013)

1.3.4 Retail

“En el sector se distingue una verdadera industria compuesta por grandes y modernas empresas que se han expandido en el último cuarto de siglo, que conforman holdings con diferentes canales de negocios y que han dinamizado la economía al punto de representar aproximadamente el 28% del PBI del país.” (Santiago, 2016)

“Son grandes y modernizadas empresas de supermercados, tiendas por departamento, tiendas para el mejoramiento del hogar, tiendas de especialidad, tiendas de conveniencia y moda, farmacias, etc.” (Stecher & Martinic, 2018)

1.3.5 Fuerza de Ventas

“La fuerza de ventas se cataloga como el elemento esencial de la venta, la dirección gerencia o administración de ventas debe canalizar el esfuerzo realizado por los vendedores, en la que podría considerarse por algunos la más sencilla y cómoda labor dentro de la empresa y por otros la más compleja y frágil. La Fuerza de Ventas es, por lo tanto, el capital humano que realiza la gestión de ventas, quien recibe información cercana del cliente y escucha sus planteamientos, permitiendo conocer sus necesidades; convirtiéndose en punto clave de cualquier proceso de mejoramiento organizacional, ya que tanto el desempeño del departamento de ventas, como sus objetivos son alcanzados a través de ella.” (Valbuena & Isabel, 2013)

1.3.6 Definición de términos básicos

Área Comercial

Área responsable directa de las relaciones con los clientes y de la consecución de los objetivos de venta que son la fuente principal de ingresos de las empresas.

Auto aprendizaje

En conexión con las propias experiencias, necesidades e intereses, por medio de la enseñanza presencial, en centros ordinarios o específicos, y el uso de los medios de educación a distancia. Estas enseñanzas pueden realizar a partir de convenios con las universidades,

corporaciones locales y otras entidades, públicas o privadas, siempre bajo el prisma de la específica y ya muy elaborada pedagogía de la educación de adultos.

Asesor Comercial

Colaboradores que están orientados exclusivamente al cliente, su objetivo principal es otorgarle todos los medios con recursos humanos o tecnológicos para superar sus expectativas en la satisfacción de sus necesidades. Su labor contribuye a fidelizar a los clientes y mantener un alto nivel de calidad en el servicio y un elevado nivel de productividad.

Base de Datos

Sistema de almacenamiento de información concerniente a clientes.

Calidad de Atención

Seguido por una empresa para asegurarse de que sus productos o servicios cumplen con los requisitos mínimos de calidad establecidos por la propia empresa. Con la política de Gestión o administración de calidad óptima toda la organización y actividad de la empresa está sometida a un estricto control de calidad, ya sea de los procesos productivos como de los productos finales.

Cartera de clientes

Conjunto de clientes con producto financiero de la entidad.

Clima Organizacional

Conjunto de cualidades, atributos correlativamente permanentes de un ambiente de trabajo concreto que son percibidas, sentida o experimentadas por las personas que componen la organización empresarial y que influyen sobre su conducta.

Colaboradores

Constituyen el sistema social interno de la organización, que está compuesta por individuos o grupos. Las personas son seres vivientes, pensantes y con sentimientos que crean a las organizaciones, y esta existe para alcanzar sus objetivos. Las organizaciones existen para servir a las personas y no está para servir a las organizaciones.

Insatisfacción Laboral

Desmotivación del colaborador que se refleja en la producción, trabajo, relación con sus compañeros, etc.

Motivación

Implica el deseo humano de trabajar, contribuir y cooperar. Comprender las actividades emprendidas por el administrador para iniciar y continuar las acciones indicadas por el planeamiento y la organización que se logra estimulando a los integrantes del grupo, como también es el impulso que inicia, guía y mantiene el comportamiento, hasta alcanzar la meta u objetivo deseado.

Productividad

Capacidad de producir en pro de la organización.

Rendimiento Laboral

Relación entre lo producido y lo empleado.

Servicio Post- Venta

Medio orientado a la atención del cliente, una vez realizada la venta a fin de solucionar problemas o recibir sugerencias.

Tarjeta de Crédito

Instrumento financiero de endeudamiento.

Trabajo en Equipo

Es el trabajo como factor de producción, acción física o intelectual del hombre frente a un trabajo y demostrando la capacidad de socialización, integración con los miembros del grupo laboral.

Ventas

Operación onerosa que incluye el traspaso, cesión de algo.

1.2. Formulación del problema

1.2.1 Problema General

¿De qué manera el desarrollo personal del área de captación genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020?

1.2.2 Problemas Específico

- ¿De qué manera las capacitaciones generan impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020?
- ¿De qué manera la capacidad del vendedor del área de captación genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020?

- ¿De qué manera la motivación del área de captación genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020?
- ¿De qué manera la comunicación y trabajo en equipo del área de captación genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar de qué manera el desarrollo personal del área de captación genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar de qué manera las capacitaciones del área de captación generan impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.
- Evaluar de qué manera la capacidad del vendedor del área de captación genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.
- Analizar de qué manera la motivación del área de captación genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.
- Describir de qué manera la comunicación y trabajo en equipo del área de captación genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

H₁: El desarrollo personal del área de captación si genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.

H₀: El desarrollo personal del área de captación no genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.

1.4.2. Hipótesis específicas

- H₁:** Las capacitaciones del área de captación si generan impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.
- H₀:** Las capacitaciones del área de captación no generan impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.
- H₁:** La capacidad del vendedor del área de captación si genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.
- H₀:** La capacidad del vendedor del área de captación no genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.
- H₁:** La motivación del área de captación si genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.
- H₀:** La motivación del área de captación no genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.
- H₁:** La comunicación y trabajo en equipo del área de captación si genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.
- H₀:** La comunicación y trabajo en equipo del área de captación no genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

2.1.1 Según el Enfoque

El tipo de investigación a desarrollar según el enfoque, la investigación es cuantitativo ya que nuestro estudio es secuencial.

2.1.2 Según el Alcance

Es una investigación según el Alcance Correlacional ya que determinara el grado de relación y semejanza entre las variables.

2.1.3 Según el diseño

La presente investigación tiene un diseño de investigación NO EXPERIMENTAL, porque no controla las variables independientes, y no se manipulará las variables, También será transversal correlacional por que se recolectará datos en un solo momento, en un tiempo único para después buscar su relación, con el propósito de analizar su incidencia y describir la relación entre las variables de estudio.

2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

2.2.1 Población

La población a estudiar está compuesta por veinticinco (25) empleados, que comprende toda la fuerza de ventas de la agencia de un banco en el distrito de los olivos, dentro de ello son: los asesores comerciales y ejecutivos de venta, quienes se encuentran en un rango de edad entre 25 a 45 años. Por cual es ideal utilizar a toda la población para obtener información más precisa y correcta.

2.2.2 Muestra

No utilizaremos un tipo de muestra, ya que el censo no trabaja sobre una muestra estadística, sino sobre la población total. Por lo cual seleccionaremos una muestra conformada por 15 asesores comercial y 10 ejecutivos de ventas de la agencia de un banco del distrito de los olivos, ya que la población guarda esa proporción, en totalidad de la muestra que son 25 empleados los que conforman la fuerza de ventas en el área de captación de la agencia de un banco en el distrito de los olivos, quienes se encuentran en un rango de edad entre los 25 y 45 años de edad, perteneciente a un NSE B y C.

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

2.3.1 Técnica

La técnica que utilizaremos es un censo, para recolectar información cuantitativa ya que no requiere de mucha inversión, permitiéndonos obtener respuestas más sinceras por parte de los encuestados y elaborar datos de modo rápido y eficaz.

2.3.2 Instrumento

Como instrumento cuantitativo utilizaremos la LISTA DE COTEJO, la presente herramienta tiene como objetivo mediante el censo medir el nivel de impacto de las dimensiones, el cual puede evaluar cuantitativamente dependiendo del enfoque que se le quiera asignar o bien puede evaluar con mayor o menor grado de precisión o de profundidad. Asimismo, utilizamos un Censo estructurado y diseñado, que según los investigadores de mercado nos permitirá generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos propuesto del proyecto de investigación, este instrumento se aplicó de forma aleatoria recurriendo como informantes a los empleados pertenecientes al área de ventas de la empresa, el cual se aplicara para obtener los datos de dichas variables: desarrollo personal y desempeño comercial de los colaboradores del banco. El objetivo principal de utilizar este instrumento de estudio es determinar el impacto que genera el desarrollo personal del área de captación en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los olivos, 2020.

2.4. Procedimiento

El análisis cuantitativo de los datos recopilados a través del censo, se tabulará y luego se utilizará el programa SPSS versión 24 que, con la ayuda de los diferentes métodos estadísticos, es posible elaborar cuadros, tablas y gráficos estadísticos de manera fácil y confiable a través de la digitación, para iniciar la interpretación de los mismos de acuerdo a los objetivos planteados. El cual permita responder a nuestra pregunta de investigación y nuestro objetivo principal.

A. Validez del instrumento

La validez del presente instrumento se determinó empleando el análisis llamado factorial, el uso del dato estadístico modelo de Kaiser Meyer Olkin y la aplicación de la esfericidad de Bartlett, obteniendo por resultado una correlación de (0,513). El

presente resultado nos muestra que al considerarse las condiciones estadísticas del presente instrumento que se empleó para evaluar dichas variables del trabajo de investigación es válido.

Tabla 2: KMO y prueba de bartlett

KMO y prueba de Bartlett		
Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,513
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	498,459
	Gl	231
	Sig.	,000

B. Confiabilidad del instrumento

El presente Trabajo de investigación empleo el modelo Alpha de Cronbach, el valor estadístico que nos muestra el nivel de confiabilidad empleado en el presente tuvo un resultado considerado de 0,929 lo cual, dentro del análisis de confiabilidad, este análisis se considera confiable; esto si se toma en cuenta que los instrumentos utilizados altamente confiables son aquel que logra puntuaciones mayores o iguales a 0,80.

Tabla 3: Alfa de Cronbach

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,929	25

CAPÍTULO III. RESULTADOS

3.1 Análisis de resultados

Tabla 4: Variable Desarrollo personal en la dimensión Productividad.

	Siempre		Casi Siempre		A veces		Casi Nunca		Nunca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
1. ¿Cree usted que el desarrollo personal contribuya en el desempeño de su centro de trabajo?	17	68.0	7	28.0	1	4.0	0	0.0	0	0.0
2. ¿Considera Ud. que a través del desarrollo personal la productividad aumentaría en su centro de trabajo?	15	60.0	9	36.0	1	4.0	0	0.0	0	0.0
3. ¿Ud. Considera que realiza un buen desempeño en su centro laboral?	12	48.0	11	44.0	1	4.0	1	4.0	0	0.0
4. ¿Ud. ¿Se siente motivado y piensa que trabajaría mejor si la empresa emplea herramientas de desarrollo personal?	13	52.0	10	40.0	2	8.0	0	0.0	0	0.0
5. ¿Cree usted que el desarrollo personal garantiza la efectividad en los resultados de la empresa?	12	48.0	10	40.0	3	12.0	0	0.0	0	0.0
	14	55%	9	38%	2	6%	0	1%	0	0%

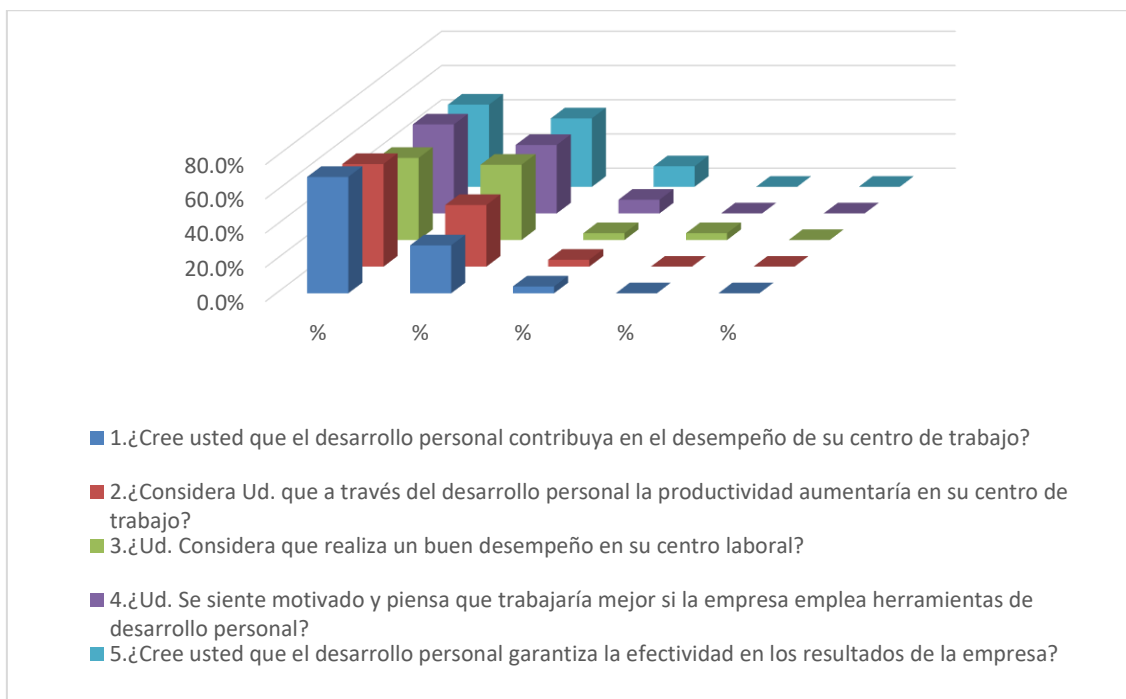


Figura 2: Variable Desarrollo personal en la dimensión Productividad.

Se muestra en la tabla 4 que el 55% de los encuestados respondieron siempre, un 38 % respondieron Casi siempre, un 6% respondieron A veces, un 4% respondieron casi nunca y

un 0% nunca.

Tabla 5: Variable Desarrollo Personal en la dimensión Capacitación.

	Siempre		Casi Siempre		A veces		Casi Nunca		Nunca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
6. ¿Cree Ud. que las capacitaciones en venta son importantes para el rendimiento de una persona?	19	76.0	6	24.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
7. ¿Ud. Considera que el desempeño de una persona depende de las capacitaciones y conocimientos a su puesto laboral?	14	56.0	11	44.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
8. ¿Considera Ud. que el conocimiento adquirido en su centro de trabajo lo vuelve competente a uno?	12	48.0	10	40.0	3	12.0	0	0.0	0	0.0
9. ¿En su centro laboral brindan capacitaciones en relación a su puesto laboral?	3	12.0	10	40.0	9	36.0	3	12.0	0	0.0
10. ¿Considera que a través de una buena capacitación aumentaría la productividad y el desempeño en su centro laboral?	16	64.0	7	28.0	2	8.0	0	0.0	0	0.0
	13	51%	9	35%	3	11%	1	2%	0	0%

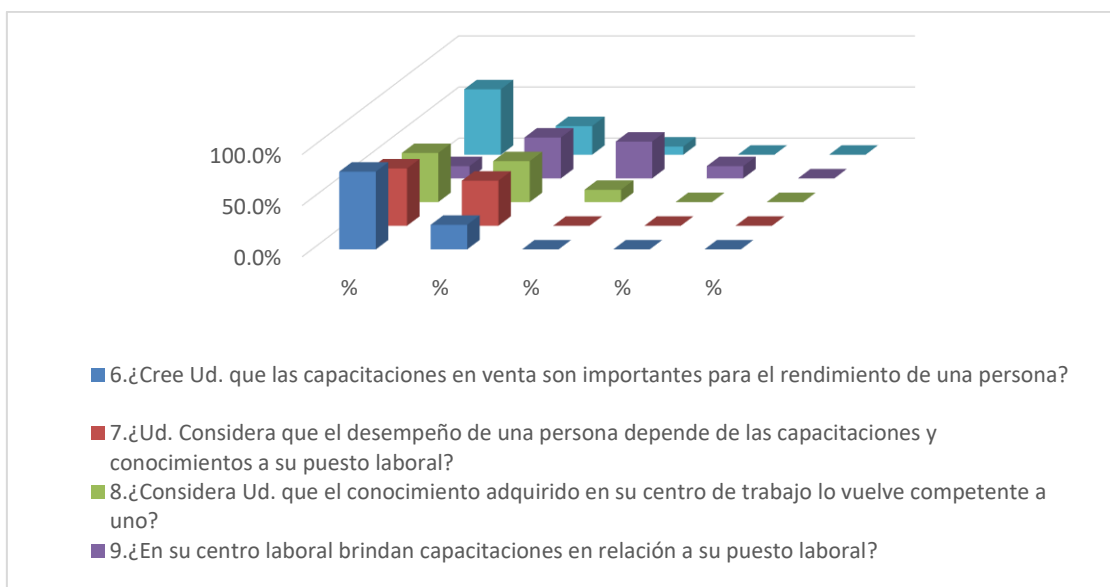
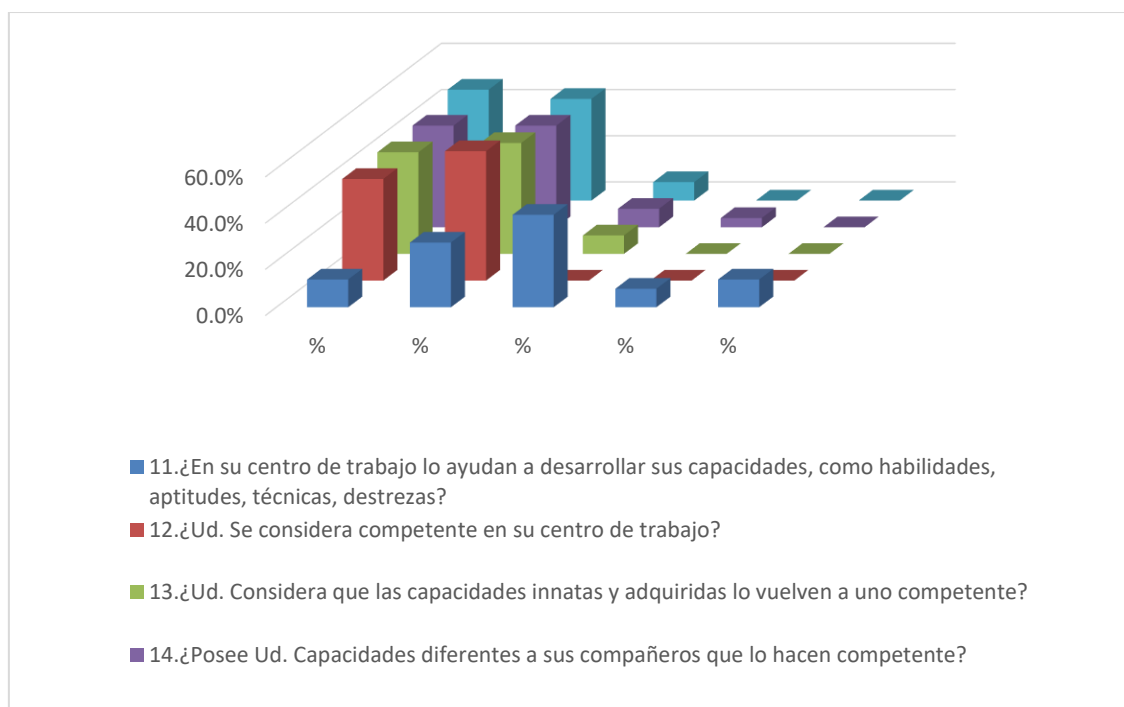


Figura 3: Variable Desarrollo Personal en la dimensión Capacitación.

Se muestra en la tabla 5 que el 51% de los encuestados respondieron siempre, un 35 % respondieron Casi siempre, un 11% respondieron A veces, un 2% respondieron casi nunca y un 0% nunca.

Tabla 6: Variable Desarrollo Personal en la dimensión Capacidades.

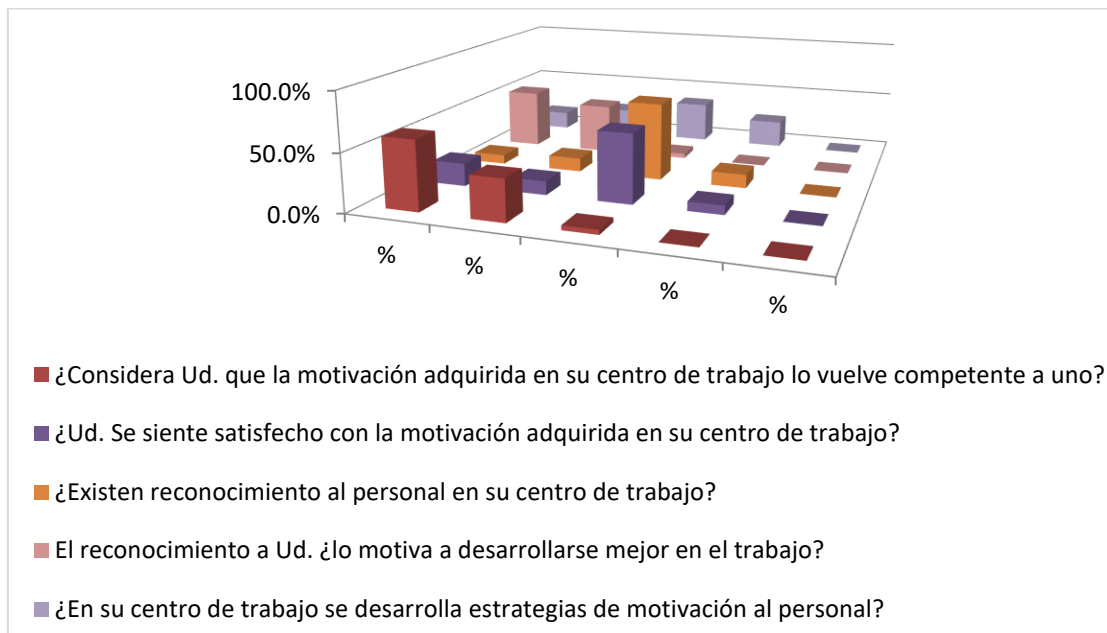
	Siempre		Casi Siempre		A veces		Casi Nunca		Nunca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
11. ¿En su centro de trabajo lo ayudan a desarrollar sus capacidades, como habilidades, aptitudes, técnicas, destrezas?	3	12.0	7	28.0	10	40.0	2	8.0	3	12.0
12. ¿Ud. Se considera competente en su centro de trabajo?	11	44.0	14	56.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
13. ¿Ud. Considera que las capacidades innatas y adquiridas lo vuelven a uno competente?	11	44.0	12	48.0	2	8.0	0	0.0	0	0.0
14. ¿Posee Ud. Capacidades diferentes a sus compañeros que lo hacen competente?	11	44.0	11	44.0	2	8.0	1	4.0	0	0.0
15. Considera Ud. ¿Que el desarrollo de sus capacidades en su centro de trabajo lo vuelvan competente a uno?	12	48.0	11	44.0	2	8.0	0	0.0	0	0.0
	10	38%	11	44%	3	13%	1	2%	1	2%


Figura 4: Variable Desarrollo Personal en la dimensión Capacidades.

Se muestra en la tabla 6 que el 38% de los encuestados respondieron siempre, un 44 % respondieron Casi siempre, un 13% respondieron A veces, un 2% respondieron casi nunca y un 2% nunca.

Tabla 7: Variable Desarrollo Personal en la dimensión Motivación.

	Siempre		Casi Siempre		A veces		Casi Nunca		Nunca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
¿Considera Ud. que la motivación adquirida en su centro de trabajo lo vuelve competente a uno?	15	60.0	9	36.0	1	4.0	0	0.0	0	0.0
¿Ud. Se siente satisfecho con la motivación adquirida en su centro de trabajo?	5	20.0	3	12.0	15	60.0	2	8.0	0	0.0
¿Existen reconocimiento al personal en su centro de trabajo?	2	8.0	3	12.0	17	68.0	3	12.0	0	0.0
El reconocimiento a Ud. ¿lo motiva a desarrollarse mejor en el trabajo?	13	52.0	11	44.0	1	4.0	0	0.0	0	0.0
¿En su centro de trabajo se desarrolla estrategias de motivación al personal?	4	16.0	6	24.0	9	36.0	6	24.0	0	0.0
	8	31%	6	26%	9	34%	2	9%	0	0%


Figura 5: Variable Desarrollo Personal en la dimensión Motivación.

Se muestra en la tabla 7 que el 31% de los encuestados respondieron siempre, un 26% respondieron Casi siempre, un 34% respondieron A veces, un 9% respondieron casi nunca y un 0% nunca.

Tabla 8: Variable Desarrollo Personal en la dimensión Comunicación.

	Siempre		Casi Siempre		A veces		Casi Nunca		Nunca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
21.¿En su centro laboral existe una buena comunicación y buen clima laboral?	3	12.0	15	60.0	7	28.0	0	0.0	0	0.0
22.¿Considera Ud. que la actitud de una persona depende a la adaptación en su centro de trabajo?	10	40.0	13	52.0	2	8.0	0	0.0	0	0.0
23.¿Ud. contribuye como colaborador de su centro de trabajo al buen clima laboral?	13	52.0	11	44.0	1	4.0	0	0.0	0	0.0
24.¿Considera que la comunicación es necesaria en su centro de trabajo?	16	64.0	8	32.0	1	4.0	0	0.0	0	0.0
25.¿Cree usted que la comunicación permite mejorar aspectos concretos de las conductas y el ambiente laboral?	15	60.0	10	40.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	11	46%	11	46%	2	9%	0	0%	0	0%

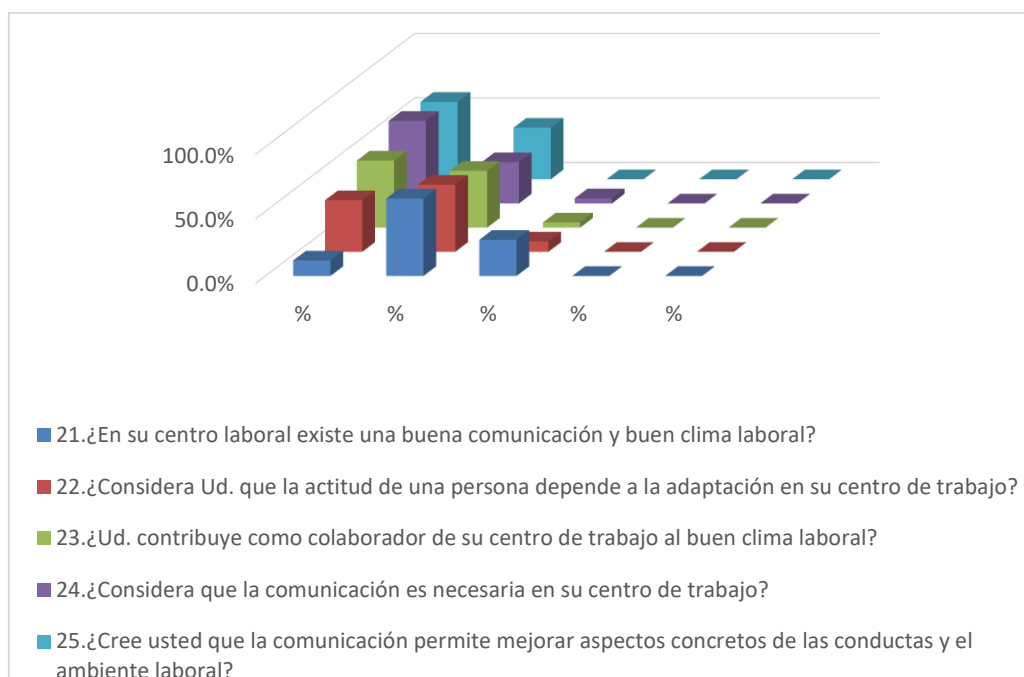


Figura 6: Variable Desarrollo Personal en la dimensión Comunicación.

Se muestra en la tabla 8 que el 46% de los encuestados respondieron siempre, un 46% respondieron Casi siempre, un 9% respondieron A veces, un 0% respondieron casi nunca y un 0% nunca.

3.2 Contrastación de Hipótesis

Hipótesis general

H₀: El desarrollo personal del área de captación no genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.

H₁: El desarrollo personal del área de captación si genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.

Prueba de Normalidad

Tabla 9: Distribución de los datos obtenidos para la prueba de normalidad, según explica Shapiro- Wilk, para el desarrollo personal y el desempeño comercial

Pruebas de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Desempeño Comercial	,975	25	,767
Desarrollo Personal	,902	25	,020

En la tabla 9 se observa el resultado de la prueba de normalidad con un grado de significación de 7,67 y 0,20 donde, siendo este menor a 0,20, nos indica que los datos provienen de una apropiada distribución normal, y que pertenecen a las pruebas no paramétricas, en conclusión, procederemos a utilizar dichas pruebas.

Tabla 10: Correlación entre las variables: Desarrollo personal y Desempeño Comercial

			Correlaciones	
			Desempeño Comercial	Desarrollo Personal
		Coeficiente de correlación	1,000	,628**
Rho de Spearman	Desempeño Comercial	Sig. (bilateral)	.	,001
		N	25	25

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

Como $p = 0.01 < \alpha = 0.05$ entonces rechazamos la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis alterna; demostrando que entre las variables: las Desarrollo Personal y Desempeño Comercial entre existe una correlación significativa alta.

Hipótesis específica 1

H₁: Las capacitaciones del área de captación si generan impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.

H₀: Las capacitaciones del área de captación no generan impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.

Tabla 11: Correlación entre la capacitación y el desempeño comercial

			Capacitación	Desempeño Comercial
			Coeficiente de correlación	1,000
Rho de Spearman	Capacitación	Sig. (bilateral)	.	,534**
		N	25	25

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

Como $p = 0.06 > \alpha = 0.05$ entonces rechazamos la hipótesis alterna, y se acepta la hipótesis nula; existiendo entre la Capacitación y el desempeño comercial una correlación baja.

Hipótesis específica 2

H₁: La capacidad del vendedor del área de captación si genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.

H₀: La capacidad del vendedor del área de captación no genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.

Tabla 12: Correlación entre las capacidades y el desempeño comercial

			Capacidades	Desempeño Comercial
			Coeficiente de correlación	1,000
Rho de Spearman	Capacidades	Sig. (bilateral)	.	,488*
		N	25	25

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

Como $p = 0.01 < \alpha = 0.05$ entonces rechazamos la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis alterna; existiendo entre las Capacidades y el desempeño comercial una correlación alta.

Hipótesis específica 3

H₁: La motivación del área de captación si genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.

H₀: La motivación del área de captación no genera impacto en el desempeño de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.

Tabla 13: Correlación entre la Motivación y el desempeño comercial

			Correlaciones	
			Motivación	Desempeño Comercial
		Coeficiente de correlación	1,000	,572**
Rho de Spearman	Motivación	Sig. (bilateral)	.	,003
		N	25	25

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

Como $p = 0.03 < \alpha = 0.05$ entonces rechazamos la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis alterna; existiendo entre la Motivación y el desempeño comercial una correlación alta.

Hipótesis específica 4

H₁: La comunicación y trabajo en equipo del área de captación si genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.

H₀: La comunicación y trabajo en equipo del área de captación no genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.

Tabla 14: Correlación entre la Comunicación y el desempeño comercial

			Correlaciones	
			Comunicación	Desempeño Comercial
		Coeficiente de correlación	1,000	,171
Rho de Spearman	Comunicación	Sig. (bilateral)	.	,414
		N	25	25

Como $p = 4.14 > \alpha = 0.05$ entonces rechazamos la hipótesis alterna, y se acepta la hipótesis nula; existiendo entre la Comunicación y el desempeño comercial una correlación baja.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 Discusión

En la presente investigación, los hallazgos de los resultados podemos decir que se acepta la hipótesis general ya que existe un nivel alto de correlación entre las variables de Desarrollo personal y el Desempeño Comercial planteadas en el tema de investigación El Desarrollo Personal del Área de Captación y su impacto en el Desempeño Comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020. Dentro de una interpretación comparativa podemos encontrar similitud en los resultados con la investigación realizada por (Ruiz Meza, 2014) sobre el Desarrollo del Personal y Satisfacción Laboral en la Municipalidad Provincial de Sánchez Carrión, donde se concluyó que la hipótesis general fue confirmada ya que el desarrollo del personal influye positivamente en la satisfacción laboral de los trabajadores de la municipalidad provincial de Sánchez Carrión, en el cual los resultados indicaron diferencia en el nivel de desarrollo y el nivel de satisfacción laboral, demostrando una alta correlación.

Donde los resultados presentan que la institución con lleva problemas en su personal tanto en los trabajadores sin cargos de confianza, como en los trabajadores con cargos de confianza, en referente a los trabajadores con cargos de confianza su desnivel se da , por el motivo que no se promueven capacitaciones, talleres, cursos técnicos referentes a su puesto laboral o niveles de aprendizaje y la falta de ascensos, falta de desarrollo de capacidades el cual no con lleva a una buena satisfacción laboral durante la etapa laboral, Así como en los trabajadores con cargos de confianza que también presentan deficiencias en las capacitaciones en relación al puesto laboral.

Asimismo, guardando coincidencia con el trabajado de investigación de (Perez, 2018) Motivación y su influencia en el desempeño Laboral de los trabajadores de mi banco, Agencia Lima Este. Donde se demostró y afirmo en los resultados de la investigación que la motivación, las condiciones de trabajo y los factores motivacionales influyen positivamente en el desempeño laboral de los trabajadores de Mi Banco, agencia Lima Este, Lima 2018.

4.2 Conclusiones

La Hipótesis General obtuvo una alta correlación de 0.628 y siendo $p = 0.01 < \alpha = 0.05$ entonces rechazamos la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis alterna; demostrando que entre las variables: Desarrollo Personal y Desempeño Comercial existe una correlación significativa alta.

- La Hipótesis Especifica 1 obtuvo una baja correlación de 0.534 y siendo $p = 0.06 > \alpha = 0.05$ entonces rechazamos la hipótesis alterna, y se acepta la hipótesis nula; existiendo entre la Capacitación y el desempeño comercial una correlación baja.

La Hipótesis Especifica 2 obtuvo una alta correlación de 0.488 y siendo $p = 0.01 < \alpha = 0.05$ entonces rechazamos la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis alterna; existiendo entre las Capacidades y el desempeño comercial una correlación alta.

La Hipótesis Especifica 3 obtuvo una alta correlación de 0.572 y siendo $p = 0.03 < \alpha = 0.05$ entonces rechazamos la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis alterna; existiendo entre la Motivación y el desempeño comercial una correlación alta.

- La Hipótesis Especifica 4 obtuvo una baja correlación de 0.171 y siendo $p = 4.140 > \alpha = 0.05$ entonces rechazamos la hipótesis alterna, y se acepta la hipótesis nula; existiendo entre la Comunicación y el desempeño comercial una correlación baja.

4.3 Recomendaciones

- Se recomienda invertir en el desarrollo personal, si bien es cierto es un tema que con el paso de los años está tomando una mayor importancia en el ámbito laboral, los resultados indican que es muy importante invertir en el desarrollo personal de la fuerza de ventas ya que esto generaría un mejor desempeño laboral, esto obliga a la entidad financiera a realizar mucho más para cumplir con el mejor desempeño en la organización y lograr a así mayor rentabilidad para la empresa.
- Se recomienda aplicar según los resultados del trabajo de investigación el desarrollo de capacidades y motivación, ya que esto contribuiría al desempeño comercial de la entidad financiera, siendo parte fundamental para lograr el éxito de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos
- Se recomienda el aprovechamiento y potencializarían del capital humano que es el pilar fundamental del éxito de la empresa. No obstante, a partir de los resultados, se puede mejorar y optimizar el desenvolvimiento del empleado en la empresa.

REFERENCIAS

- Aceves, P. S., & Martínez, J. F. (2013). El Sistema Financiero y su Efecto en la Dinámica del Sector Privado. *Departamento de Economía, Universidad Autónoma, 25*.
- Arias Montoya, L., Portilla de Arias, L. M., & Villa Montoya, C. L. (2008). *El desarrollo Personal en el proceso de crecimiento individual*. Pereira, Colombia: Scientia Et Technica.
- Arias, C., Gutierrez, H., & Osorio, R. (2016). *Ejecución De Revisiones Sistematicas y Metaanálisis*. Bogota.
- Capuano, A. M. (2014). Evaluacion de desempeño, desempeño por competencias. *Revista Articulo Invenio, 11*.
- Capuano, M. A. (2004). Evaluacion Del Desempeño-Desempeño Por Competencias. *Invenio, 13*.
- Daniel, M. P. (2018). Implementación Operativa de un Modelo De Intervención Para La Mejora Del Desempeño Organizacional. *Signos, 16*.
- Edward torres Pacheco, S. J. (2015). Clima organizacional y Desempeño laboral en las instituciones bolivarianas de la ciudad . 10.
- Edward, T. P. (2015). Clima Organizacional y Desempeño Laboral. *Revista Comunicación, 10*.
- Esther, C. V. (2018). La Calidad De Vida Laboral y el Estudio del Recurso Humano: una reflexión sobre su relación con las variables organizacionales. *Pensamiento y Gestión, 24*.
- Gonzales, A. V. (2007). El Sistema Financiero en el Peru. *Ingenieria Industrial, 18*.
- Guerrero, S., Gonzales, S., Chamorro, A. M., & Picon, E. (2015). Desarrollo Del Capital Humano y su Impacto en el Desempeño en una Institucion Microfinanciera no regulada del Perú. *Apuntes Universitarios. Revista de investigación, 19*.
- Hutton, B., López, F. C., & Moher, D. (2016). la extencion de la Declaración Prisma para Revisión Sistematicas que Incorporan Metaanálisis en Red. *Elsevier, 5*.

- Jiménez Espinoza, E. I. (2015). DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL DE MAESTRAS DE EDUCACIÓN PRIMARIA.: *Revista Electrónica "Actualidades Investigativas en Educación"*, 31.
- Jose Antonio, T. G. (2015). Retail Marketing para Desarrollar mercados emergentes. *Ingeniería Industrial*, 24.
- Julian, P. Z., & Alejandro, C. R. (2009). Medición Y Evaluación Del Desempeño Orgnizacional Como Resultado De Acciones De Aprendizaje. *Ciencias Estrategicas*, 22.
- Martinic, R., & Stecher, A. (2020). Experiencias de trabajadores del retail en Chile. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, 31.
- Natalia, V. L., Ines, K. B., & Angel, E. S. (2015). Formación Para Fuerza De Ventas Mexicanas. *Revista De Ciencias Sociales*, 16.
- Osma Rueda, J. L., Pavon, H. D., & Rueda Ruiz, N. (2012). Metodologia en la Redacion del Resumen de un Articulo Cientifico. *Revista de la universidad Industrial de Santander*, 3.
- Perez, H. Y. (2018). *Motivación y su influencia en el desempeño laboral de los trabajadores de Mi Banco, AGencia Lima Este*. Lima: Universidad Inca Garcilazo de la Vega.
- Quintero, N., Faria, E., & Africano, N. (2008). Clima Organizacional Y Desempeño Laboral Del Personal Empresa Vigilantes Asociados Costa. *Negotium*, 20.
- Ruiz Meza, J. (2014). *Desarrollo del personal y satisfacción laboral en la Municipalidad Provincial de Sánchez Carrión*. Trujillo: Universidad Nacionalde Trujillo.
- Santiago, C. d. (2016).
- Stanton, Etzel, & Walker. (2007). Fundamentos de Marketing. *ciencias sociales*, 21.
- Stecher, A., & Martinic, R. (2018). La descualificación del trabajo en tiendas por departamento. *Psicoperspectivas*, 13.
- Valbuena, L., & Isabel, N. (2013). Fuerza de ventas determinante de la competitividad empresarial. *Revista de Ciencias Sociales*, 12.
- Villa Lopez, N., Kuster Boluda, I., & Escamilla Santana, M. A. (2009). Formación Para Fuerzas De Ventas Mexicana. *Revista De Ciencias Sociales*, 22.

Zapata, P., Cortes, J., & Ramirez, A. (2015). Medición y Evaluación Del Desempeño Organizacional Como Resultado De Acciones De Aprendizaje. *Revista ciencias estrategicas*, 20.

ANEXOS

Anexo 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLE	METODOLOGIA
<p>Problema General ¿De qué manera el desarrollo personal del área de captación genera impacto en el desempeño comercial, de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020?</p>	<p>Objetivo general Determinar de qué manera el desarrollo personal del área de captación genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.</p>	<p>Hipótesis general H₁: El desarrollo personal del área de captación si genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020. H₀: El desarrollo personal del área de captación no genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.</p>	<p>Variable dependiente: Desempeño comercial</p>	<p>Tipo de Investigación: Según el Enfoque El tipo de investigación a desarrollar según el enfoque, la investigación es cuantitativa ya que nuestro estudio es secuencial.</p>
<p>Problemas Específico ¿De qué manera las capacitaciones generan impacto en el desempeño comercial, de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020?</p>	<p>Objetivos específicos Identificar de qué manera las capacitaciones del área de captación generan impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.</p>	<p>Hipótesis específicas H₁: Las capacitaciones del área de captación no generan impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020. H₀: Las capacitaciones del área de captación si generan impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.</p>	<p>Variable independiente: Desarrollo Personal</p>	<p>Según el Alcance Es una investigación según el Alcance Correlacional ya que determinara el grado de relación y semejanza entre las variables.</p>
<p>¿De qué manera la capacidad del vendedor del área de captación genera impacto en el desempeño comercial, de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020?</p>	<p>Evaluar de qué manera la capacidad del vendedor del área de captación genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.</p>	<p>H₁: La capacidad del vendedor del área de captación no genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020. H₀: La capacidad del vendedor del área de captación si genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.</p>	<p>Variable independiente: Desarrollo Personal</p>	<p>Según el diseño La presente investigación tiene un diseño de investigación NO EXPERIMENTAL, porque no controla las variables independientes, y no se manipulará las variables, También será transversal correlacional por que se recolectará datos en un solo momento, en un tiempo único para después buscar su relación, con el propósito de analizar su incidencia y describir la relación entre las variables de estudio.</p>
<p>¿De qué manera la motivación del área de captación genera impacto en el desempeño comercial, de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020?</p>	<p>Analizar de qué manera la motivación del área de captación genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.</p>	<p>H₁: La motivación del área de captación no genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020. H₀: La motivación del área de captación si genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.</p>	<p>Variable independiente: Desarrollo Personal</p>	<p>Población y muestra: Población La población a estudiar está compuesta por veinticinco (25) empleados, que comprende toda la fuerza de ventas de la agencia de un banco en el distrito de Los olivos, dentro de ello son: los asesores comerciales y ejecutivos de venta, que laboran en el banco, quienes se encuentran en un rango de edad entre 25 a 45 años. Por cual es ideal utilizar a toda la población para obtener información más precisa y correcta.</p>
<p>¿De qué manera la comunicación y trabajo en equipo del área de captación genera impacto en el desempeño comercial, de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020?</p>	<p>Describir de qué manera la comunicación y trabajo en equipo del área de captación genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.</p>	<p>H₁: La motivación del área de captación no genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020. H₀: La motivación del área de captación si genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.</p>	<p>Variables intervinientes: La fuerza de ventas del área de captación de la agencia de un banco en el distrito de Los Olivos, 2020.</p>	<p>Muestra No utilizaremos un tipo de muestra, ya que el censo no trabaja sobre una muestra estadística, si no sobre la población total. Por lo cual seleccionaremos una muestra conformada por 15 asesores comercial y 10 ejecutivos de ventas de un banco ya que la población guarda esa proporción.</p>

Anexo 2: INSTRUMENTO PARA LA TOMA DE DATOS

El presente es un instrumento llamado Censo cuyo objetivo busca medir cual es el impacto que genera el desarrollo personal en el desempeño comercial en una empresa del rubro financiero. El Censo se realiza de forma anónima cuya meta es obtener la mayor cantidad de información sobre las dimensiones de las variables del tema de investigación.

INSTRUCCIONES

Marque con una (X) en la casilla de opciones ubicada en la parte derecha del cuadro, la respuesta que crea conveniente en relación a la pregunta.

ITEM	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
X: DESARROLLO PERSONAL					
DIMENSIÓN: X1: CAPACITACIÓN					
1. ¿Cree usted que las capacitaciones en venta son importantes para el rendimiento de una persona?					
2. ¿Usted considera que el desempeño de una persona depende de las capacitaciones y conocimientos a su puesto laboral?					
3. ¿Considera usted que el conocimiento adquirido en su centro de trabajo lo vuelve competente a uno?					
4. ¿En su centro laboral brindan capacitaciones en relación a su puesto laboral?					
5. ¿Considera que a través de una buena capacitación aumentaría la productividad y el desempeño en su centro laboral?					
DIMENSIÓN: X2: CAPACIDADES					
6. ¿En su centro de trabajo lo ayudan a desarrollar sus capacidades, como habilidades, aptitudes, técnicas, destrezas?					
7. ¿Usted se considera competente en su centro de trabajo?					
8. ¿Usted considera que las capacidades innatas y adquiridas lo vuelven a uno competente?					
9. ¿Posee usted capacidades diferentes a sus compañeros que lo hacen competente?					
10. Considera usted ¿Que el desarrollo de sus capacidades en su centro de trabajo lo vuelvan competente a uno?					
DIMENSIÓN: X3: MOTIVACIÓN					
11. ¿En su centro de trabajo se desarrolla estrategias de motivación al personal?					
12. ¿Considera usted que la motivación adquirida en su centro de trabajo lo vuelve competente a uno?					
13. ¿Usted se siente satisfecho con la motivación adquirida en su centro de trabajo?					
14. ¿Existen reconocimiento al personal en su centro de trabajo?					
15. El reconocimiento a usted ¿lo motiva a desarrollarse mejor en el trabajo?					
DIMENSIÓN: X4: COMUNICACIÓN					

16. ¿Cree usted que la comunicación permite mejorar aspectos concretos de las conductas y el ambiente laboral?					
17. ¿En su centro laboral existe una buena comunicación y buen clima laboral?					
18. ¿Considera usted que la actitud de una persona depende a la adaptación en su centro de trabajo?					
19. ¿Usted contribuye como colaborador de su centro de trabajo al buen clima laboral?					
20. ¿Considera que la comunicación es necesaria en su centro de trabajo?					
Y: DESEMPEÑO COMERCIAL					
DIMENSIÓN: Y1: PRODUCTIVIDAD					
21. ¿Cree usted que el desarrollo personal contribuya en el desempeño de su centro de trabajo?					
22. ¿Considera usted que a través del desarrollo personal la productividad aumentaría en su centro de trabajo?					
23. ¿Usted Considera que realiza un buen desempeño en su centro laboral?					
24. ¿Usted Se siente motivado y piensa que trabajaría mejor si la empresa emplea herramientas de desarrollo personal?					
25. ¿Cree usted que el desarrollo personal garantiza la efectividad en los resultados de la empresa?					

Anexo 3: INSTRUMENTO PARA LA TOMA DE DATOS

El presente es un instrumento llamado Lista de Cotejo cuyo objetivo mediante el Censo medir el nivel de impacto de las dimensiones, el cual puede evaluar cuantitativamente dependiendo del enfoque que se le quiera asignar o bien puede evaluar con mayor o menor grado de precisión o de profundidad.

Presentación

Determinar de qué manera el desarrollo personal del área de captación genera impacto en el desempeño comercial de la Agencia de un Banco en el distrito de Los Olivos, 2020.

CRITERIOS	SI	NO
Preparación del Censo	✓	
-Se han elaborado preguntas sobre el desarrollo personal	✓	
-Se han elaborado preguntas sobre el desempeño comercial	✓	
-Se han elaborado preguntas sobre el centro de trabajo	✓	
-Las preguntas son coherentes	✓	
-Las preguntas son relevantes para el tema	✓	
-Las preguntas son fáciles de contestar	✓	
Desarrollo		
-Todos los trabajadores encuestaron	✓	
-Llenaron todas las preguntas el encuestado o encuestada	✓	
-Hay encuestas incompletas por que el encuestado o la encuestada no quiso contestar		✓
Vaciado de la información	✓	
-Se elaboraron cuadros por preguntas	✓	
-Se elaboraron cuadros solo de las preguntas más significativas		✓
-Se compararon los resultados de los entrevistados.	✓	