

# Motivación laboral y capacitación de fuerza de ventas en una distribuidora de consumo masivo en Cono Norte, Lima, 2024

Work motivation and sales force training in a mass consumption distributor in the Northern Cone, Lima, 2024

**Abstract**– The research focuses on the relationship between work motivation and sales force training in a mass consumer distributor in Cono Norte, Lima, Lima, 2024. The objective is to determine this relationship and its impact on work performance. A quantitative approach with a descriptive correlational non-experimental design was used. The population included 35 salespeople from the commercial area of the distributor. A questionnaire was used as a data collection instrument and a contingency analysis and Spearman's test were performed to evaluate the association between work motivation and training. The results revealed that only 14.3% of the respondents perceived a medium-level relationship between the two variables. Furthermore, no significant linear association was found between work motivation and training, nor with the dimensions of reaction, learning and transfer. The main conclusion is that, although employees consider training oriented to their needs to be important, it is not significantly related to their work motivation in this specific context.

**Key words:** work motivation, training, sales force, relationship, job performance.

**Resumen**– La investigación está enfocada en la relación entre la motivación laboral y la capacitación de la fuerza de ventas en una distribuidora de consumo masivo en Cono Norte, Lima, 2024. El objetivo es determinar esta relación y su impacto en el desempeño laboral. Se utilizó un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental descriptivo correlacional. La población incluyó a 35 vendedores del área comercial de la distribuidora. Se empleó un cuestionario como instrumento de recolección de datos y se realizó un análisis de contingencia y la prueba de Spearman para evaluar la asociación entre motivación laboral y capacitación. Los resultados mostraron que únicamente el 14.3% de los participantes percibieron una relación de nivel medio entre ambas variables. Además, no se encontró una asociación lineal significativa entre motivación laboral y capacitación, ni con las dimensiones de reacción, aprendizaje y transferencia. La principal conclusión es que, aunque los colaboradores consideran importante la capacitación orientada a sus necesidades, esta no está significativamente relacionada con su motivación laboral en este contexto específico.

**Palabras clave:** Motivación laboral, capacitación, fuerza de ventas, relación, desempeño laboral.

## I. INTRODUCCIÓN

La motivación laboral es fundamental para el desempeño de las organizaciones a nivel mundial. Según [3] menciona que una investigación conjunta de la Universidad de Warwick, el Wall Street Journal y el Opener Institute for People comentan que los trabajadores que están satisfechos incrementan su productividad en un 12% y su eficiencia en un 31%. En América Latina, particularmente en el ámbito de las ventas, la motivación laboral es crucial para incrementar la productividad y la rentabilidad en mercados competitivos. Solo el 15% de los empleados en la región están entusiasmados con el desarrollo futuro de su empresa, lo que evidencia una notable falta de motivación. La referencia [1] señala que la satisfacción laboral en el área de ventas se consigue a través de reconocimientos como bonos e incentivos, los cuales promueven la retención del personal.

En Perú, la tasa de rotación en la fuerza de ventas es alta, alcanzando un 20% en comparación con el promedio de Latinoamérica, debido a la falta de motivación. Este problema ha llevado a los líderes a implementar nuevas estrategias para mantener motivados y productivos a sus colaboradores. Ref. [2]. Basándose en [4], la motivación es la energía que lleva a una persona a comportarse de una cierta forma, influenciada por factores internos o externos. La motivación laboral es fundamental para el rendimiento y el entusiasmo en el trabajo.

El estudio también subraya la importancia de equilibrar factores internos y externos para la motivación laboral, ref. [9], así como la necesidad de entender cómo las estrategias de motivación afectan el compromiso del personal. Ref [8]. Se resalta que la ubicación geográfica, incluso dentro de un contexto municipal, tiene un rol muy importante dentro de la motivación en las fuerzas de ventas. Debido a factores económicos y sociales que varían de modo significativo entre las distintas regiones, de este modo afectando las condiciones laborales y las expectativas que tienen los trabajadores, tales como el nivel de desarrollo económico, estabilidad del mercado, oportunidades de crecimiento, etc.

La investigación se enfoca en describir y analizar el vínculo entre la motivación laboral y la formación de la fuerza de ventas en las distribuidoras de productos de consumo masivo en el Cono Norte de Lima. Cuyos objetivos específicos son buscar determinar la relación entre la reacción de los empleados ante la formación y su motivación laboral, explorar cómo el aprendizaje adquirido durante la capacitación impacta en la motivación, y evaluar la transferencia de los conocimientos adquiridos al entorno laboral y su influencia en dicha motivación.

Se plantea que una mayor motivación laboral se vincula con una capacitación más eficaz y, como resultado, con un mejor rendimiento del equipo de ventas. Las compañías de este sector deben implementar estrategias de

capacitación periódica para mejorar el desempeño y reducir la rotación del personal en el área comercial. El estudio es factible debido a la disponibilidad de recursos económicos, humanos y fuentes de información. Además, aspira a contribuir tanto a la literatura académica como a la práctica empresarial en Lima Norte, ofreciendo directrices para optimizar la gestión de la fuerza de ventas en este exigente entorno.

## II. METODOLOGÍA

Esta investigación es de tipo básica y tiene un diseño descriptivo, ya que busca describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza y los procesos de los fenómenos sin alterar las variables, según [10]. Este enfoque es apropiado para estudiar la motivación laboral y la calidad de la capacitación de la fuerza de ventas en distribuidoras de productos de consumo masivo en el Cono Norte de Lima durante el año 2024, como señalan [6]. El diseño descriptivo de tipo correlacional permitirá recopilar datos detallados para describir las condiciones y prácticas actuales, así como analizar la relación entre las variables, siguiendo las propuestas de [7].

La población del estudio está compuesta por 35 vendedores de una distribuidora de bienes de consumo masivo en el Cono Norte de Lima. Según [5] y [14], esta población presenta características comunes que permiten hacer inferencias inductivas. La muestra, al ser menor de 50 individuos, coincide con la población total, siguiendo las recomendaciones de [12] y [7]. Se optó por un muestreo no probabilístico por conveniencia para la selección de la muestra.

Para la obtención de datos, se llevó a cabo una encuesta virtual diseñada en Google Forms y distribuida por WhatsApp. La encuesta contenía 40 preguntas, de las cuales 23 se centraban en la motivación laboral y 17 en la capacitación de la fuerza de ventas, siguiendo los principios descritos por las referencias [7] y [13]. El cuestionario, validado por expertos en el área, es crucial para obtener datos precisos, tal como indica la referencia [11].

## III. RESULTADOS Y DISCUSIONES

La investigación concluyó que la conexión entre la motivación en el trabajo y la capacitación de la fuerza de ventas en una distribuidora de productos de consumo masivo en la zona del Cono Norte de Lima en 2024 es de nivel medio. En la tabla 4 se utilizó una tabla de contingencia para evaluar la asociación entre la motivación laboral y la capacitación de la fuerza de ventas. Un 5.7% de los encuestados indicó una relación baja, un 14.3% una relación media y un 11.4% una relación alta. Se concluyó que la relación entre estas variables en una distribuidora de productos de consumo masivo en el Cono Norte de Lima en 2024 se encuentra en un nivel medio.

**TABLA 1**  
**POBLACIÓN DEL ÁREA COMERCIAL**

Área	Puesto laboral	N° colaboradores
Área comercial	Fuerza de ventas	35
<b>TOTAL</b>		<b>35</b>

Se trabajó con una población de 35 vendedores y/o fuerza de ventas que representa a una distribuidora de consumo masivo del Cono Norte de Lima, está será la unidad de estudio.

**TABLA 2**  
**FIABILIDAD DEL INSTRUMENTO / MOTIVACIÓN LABORAL**

Estadísticas de fiabilidad	
Alpha de Cronbach	N. de elementos
0.870	23

El cuestionario de motivación laboral, con 23 preguntas y una escala Likert ordinal, obtuvo un Alpha de Cronbach de 0.870, indicando alta fiabilidad y cumpliendo con los criterios de validez. Se midieron las dimensiones extrínseca e intrínseca.

**TABLA 3**  
**ANÁLISIS DE FIABILIDAD / FUERZAS DE VENTA**

Estadísticas de fiabilidad	
Alpha de Cronbach	N. de elementos
0.959	17

El análisis de confiabilidad arrojó un Alpha de Cronbach de 0.959, lo que demuestra una alta fiabilidad del instrumento de evaluación, cumpliendo con los criterios de fiabilidad y validez establecidos.

**TABLA 4**  
**OBJETIVO GENERAL**

			Motivación laboral		
			Bajo	Medio	Alto
Capacitación de la fuerza de ventas	Bajo	Recuento	2	0	0
		% del total	5.7%	0.0%	0.0%
	Medio	Recuento	2	5	1
		% del total	5.7%	14.3%	2.9%
	Alto	Recuento	0	21	4
		% del total	0.0%	60.0%	11.4%

Estos hallazgos sugieren que, aunque la relación no es predominantemente alta, existe un vínculo moderado que debe ser considerado en la implementación de estrategias de gestión y desarrollo del personal en la empresa.

**TABLA 5**  
**OBJETIVO ESPECÍFICO 1**

			Motivación laboral			Total
			Bajo	Medio	Alto	
Reacción	Bajo	Recuento	3	0	0	3
		% del total	8.6%	0.0%	0.0%	8.6%
	Medio	Recuento	1	7	2	10
		% del total	2.9%	20.0%	5.7%	28.6%
	Alto	Recuento	0	19	3	22
		% del total	0.0%	54.3%	8.6%	62.9%

Según los resultados de la tabla 5, se evaluó la relación entre la dimensión de reacción y la motivación laboral en una distribuidora de productos de consumo masivo en la zona del Cono Norte de Lima durante el año 2024 mediante una tabla de contingencia. Se observó que un 8.6% de los encuestados percibió una relación baja entre estas variables, mientras que el 20% reportó una relación de nivel medio y otro 8.6% indicó una relación alta. Como resultado, se concluyó que la relación entre la dimensión de reacción y la motivación laboral de la fuerza de ventas se sitúa en un nivel medio en el contexto estudiado.

**TABLA 6**  
**OBJETIVO ESPECÍFICO 2**

			Motivación laboral			Total
			Bajo	Medio	Alto	
Aprendizaje	Bajo	Recuento	2	0	0	2
		% del total	5.7%	0.0%	0.0%	5.7%
	Medio	Recuento	2	5	1	8
		% del total	5.7%	14.3%	2.9%	22.9%
	Alto	Recuento	0	21	4	25
		% del total	0.0%	60.0%	11.4%	71.4%

Según los resultados de la tabla 6, se utilizó una tabla de contingencia para evaluar la relación entre la dimensión de aprendizaje y la variable de motivación laboral en una distribuidora de consumo en el Cono Norte de Lima en 2024. Se encontró que un 5.7% de los encuestados percibió una relación baja entre estas dos variables, mientras que un 14.3% reportó una relación de nivel medio y un 11.4% indicó una relación alta. Por lo tanto, se puede concluir que la relación entre dimensión de aprendizaje y la motivación laboral de la fuerza de ventas se encuentra en un nivel medio en el contexto estudiado.

TABLE 7  
OBJETIVO ESPECÍFICO 3

		Motivación laboral				Total
		Bajo	Medio	Alto		
Transferencia	Bajo	Recuento	2	0	0	2
		% del total	5.7%	0.0%	0.0%	5.7%
	Medio	Recuento	2	3	1	6
		% del total	5.7%	8.6%	2.9%	17.1%
	Alto	Recuento	0	23	4	27
		% del total	0.0%	65.7%	11.4%	77.1%

Según los resultados de la tabla 7, se utilizó una tabla de contingencia para evaluar el nivel de relación entre la dimensión de transferencia y la variable de motivación laboral en una distribuidora de consumo masivo en Cono Norte, Lima, 2024. Se encontró que un 5.7% de los encuestados percibió una relación baja entre estas dos variables, mientras que un 8.6% reportó una relación de nivel medio y un 11.4% indicó una relación alta. Dado eso, se deduce que la relación entre la dimensión de transferencia y la motivación laboral de la fuerza de ventas se encuentra en un nivel alto en el contexto estudiado.

TABLE 8  
RESULTADOS POR FRECUENCIA  
(MOTIVACIÓN LABORAL)

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	4	11.4
	Medio	26	74.3
	Alto	5	14.3
	Total	35	100.0

Según los resultados de la tabla 8, obtenidos de la encuesta realizada a la fuerza de ventas de una distribuidora de consumo masivo, se observa que un 14.3% de los 35 encuestados consideran de suma importancia la motivación laboral en la empresa. Por otro lado, el 74.3% de los encuestados indicaron que es moderadamente importante

motivar a la fuerza de ventas, mientras que el 11.4% restante manifestó que la motivación laboral es de baja importancia en la empresa. Estos resultados sugieren que la mayoría de los empleados encuestados perciben la motivación laboral como un factor relevante, aunque no necesariamente prioritario, para el rendimiento de la fuerza de ventas en la distribuidora de consumo masivo.

TABLE 9  
RESULTADOS POR FRECUENCIA  
(FUERZAS DE VENTAS)

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	2	5.7
	Medio	8	22.9
	Alto	25	71.4
	Total	35	100.0

Según los resultados de la tabla 9, obtenidos de la encuesta realizada a la fuerza de ventas de una distribuidora de consumo masivo, se observa que el 71.4% de los 35 entrevistados indicaron que es de suma importancia recibir capacitación para realizar un trabajo más eficiente dentro de la empresa. Además, el 22.9% de los encuestados manifestaron que es moderadamente importante recibir capacitación para ser más efectivos en el ámbito laboral, mientras que un 5.7% señaló que la capacitación es de baja importancia para ellos. Estos resultados indican que la mayoría de los empleados encuestados reconocen la necesidad y valor de recibir capacitación para mejorar su desempeño en la fuerza de ventas de la distribuidora de consumo masivo.

TABLE 10  
CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL

Hipótesis Nula Ho	H0: No existe una relación significativa entre la motivación laboral y la capacitación de fuerza de ventas en una distribuidora de consumo masivo en Cono Norte, Lima, 2024. $H_0 \leq 0$
Hipótesis alterna H1	H1: Existe una relación significativa entre la motivación laboral y la capacitación de fuerza de ventas en una distribuidora de consumo masivo en Cono Norte, Lima, 2024. $H_1 > 0$

Se expone la existencia de la hipótesis entre las variables.

TABLE 11  
PRUEBA DE NORMALIDAD DE SHAPIRO - WILK

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Motivación laboral	.689	35	<.001
Capacitación de la fuerza de ventas	.613	35	<.001

Según los resultados de la tabla 11, se aplicó la prueba de Shapiro-Wilk para evaluar la normalidad de las variables, encontrando una significancia de ( $<.001$ ), lo cual es menor al nivel de significancia establecido de  $p < 0.05$ , se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alternativa ( $H_1$ ), indicando que los datos no siguen una distribución normal. En consecuencia, se utilizaron pruebas no paramétricas para el análisis. Se empleó la prueba de correlación no paramétrica de correlación de Spearman para investigar la relación entre las variables de estudio.

**TABLA 12**  
**CORRELACIÓN DE RHO DE SPEARMAN**  
**(HIPÓTESIS GENERAL)**

			Motivación laboral	Capacitación de la fuerza de ventas
Rho de Spearman	Motivación laboral	Coefficiente de correlación	1.000	.216
		Sig. (bilateral)	.	.213
		N	35	35
	Capacitación de la fuerza de ventas	Coefficiente de correlación	.216	1.000
		Sig. (bilateral)	.213	.
		N	35	35

Según los resultados de la tabla 12, se empleó la correlación de Spearman ( $\rho$ ) para examinar la relación entre las variables de motivación laboral y capacitación de fuerza de ventas en una distribuidora de consumo masivo en Cono Norte, Lima, 2024. El coeficiente de Rho de Spearman obtenido fue de 0.216, lo cual sugiere que no existe una asociación lineal fuerte entre estas variables. Además, el valor de significancia obtenido fue de 0.213, que es mayor que el nivel de significancia establecido (0.05). Entonces, se rechaza la hipótesis alternativa y se acepta la hipótesis nula, llegando a la conclusión de que no hay una relación significativa entre la motivación laboral y la capacitación de la fuerza de ventas en el contexto estudiado.

**TABLA 13**  
**CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS ESPECÍFICAS**

	Hipótesis específicas	Hipótesis nula $H_0$	Hipótesis alterna $H_1$
H1:	• Existe una relación significativa entre la reacción y la motivación laboral de una distribuidora de consumo masivo en Cono Norte, Lima, 2024.	No existe una relación significativa entre la reacción y la motivación laboral de una distribuidora de consumo masivo en Cono Norte, Lima, 2024. $H_0 < 0$	Existe una relación significativa entre la reacción y la motivación laboral de una distribuidora de consumo masivo en Cono Norte, Lima, 2024. $H_1 \geq 0$
H2:	• Existe una relación significativa entre el aprendizaje y la motivación laboral de una distribuidora de consumo masivo en Cono Norte, Lima, 2024.	No existe una relación significativa entre el aprendizaje y la motivación laboral de una distribuidora de consumo masivo en Cono Norte, Lima, 2024. $H_0 < 0$	Existe una relación significativa entre el aprendizaje y la motivación laboral de una distribuidora de consumo masivo en Cono Norte, Lima, 2024. $H_1 \geq 0$
H3:	• Existe una relación significativa entre la transferencia y la motivación laboral de una distribuidora de consumo masivo en Cono Norte, Lima, 2024.	No existe una relación significativa entre la transferencia y la motivación laboral de una distribuidora de consumo masivo en Cono Norte, Lima, 2024. $H_0 < 0$	Existe una relación significativa entre la transferencia y la motivación laboral de una distribuidora de consumo masivo en Cono Norte, Lima, 2024. $H_1 \geq 0$

**TABLA 14**  
**PRUEBA DE NORMALIDAD DE SHAPIRO-WILK**

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Reacción	,912	35	,008
Aprendizaje	,835	35	,000
Transferencia	,818	35	,000

Según los resultados de la tabla 14, se utilizó la prueba de Shapiro-Wilk para determinar la significancia de las dimensiones de las hipótesis específicas en el estudio. Para la hipótesis específica 1, "Reacción", se obtuvo una significancia de 0.008; para la hipótesis específica 2, "Aprendizaje", se obtuvo una significancia de 0.000; y para la hipótesis específica 3, "Transferencia", se obtuvo una significancia de 0.000. Todos estos valores son inferiores al nivel de significancia establecido ( $p < 0.05$ ), lo que lleva a aceptar las hipótesis alternativas y rechazar las hipótesis nulas correspondientes. Además, se observó que la muestra no sigue una distribución normal, por lo que se optó por emplear la prueba no paramétrica de correlación de Spearman para

investigar la relación entre las dimensiones y las variables de estudio en el contexto analizado.

**TABLA 15**  
**CORRELACIÓN DE SPEARMAN - HIPÓTESIS**  
**ESPECÍFICAS**

		Reacción	Aprendizaje	Transferencia
Motivación laboral	Coefficiente de correlación	,149	,271	,250
	Sig. (bilateral)	,392	,115	,148
	N	35	35	35

Según se observa en la tabla 15, la correlación de Spearman se utilizó para examinar la relación entre las variables y dimensiones específicas del estudio. Para la hipótesis específica 1, la correlación obtenida fue de 0.149, lo que indica una relación significativamente baja entre la dimensión "reacción" y la variable "motivación laboral". Para la hipótesis específica 2, se obtuvo una correlación de 0.271, señalando una relación baja entre la dimensión "aprendizaje" y la motivación laboral. Finalmente, para la hipótesis específica 3, se encontró que la correlación era de 0.250, indicando también una relación baja entre la dimensión "transferencia" y la motivación laboral.

Además, se observó que los valores de significancia para estas correlaciones fueron de 0.392, 0.115 y 0.148 respectivamente. Al ser estos valores mayores que 0.05, se rechaza la hipótesis alternativa y se acepta la hipótesis nula en cada caso. Por lo tanto, se concluye que no existe una relación significativa entre la reacción, el aprendizaje, la transferencia y la motivación laboral en una distribuidora de consumo masivo en Cono Norte, Lima, 2024.

#### IV. CONCLUSIONES

La investigación sobre la relación que existe entre la motivación laboral y la capacitación de la fuerza de ventas en una distribuidora de consumo masivo en Cono Norte, Lima, 2024, revela que esta relación se percibe generalmente como de nivel medio. Sin embargo, los resultados de la correlación de Spearman indican que no existe una relación significativa entre la motivación laboral y la capacitación. Las correlaciones encontradas entre las dimensiones de reacción, aprendizaje y transferencia con la motivación laboral fueron muy bajas o bajas (0.149, 0.271 y 0.250 respectivamente) y no fueron significativas.

Esto sugiere que los programas actuales de capacitación podrían no estar alineados efectivamente con los factores que

motivan a los empleados, y que las estrategias motivacionales dentro de la empresa podrían necesitar revisión y mejora para impactar positivamente en la motivación laboral.

En relación al objetivo general, se determinó la relación entre la capacitación y la motivación laboral de la fuerza de ventas. Según los resultados de la prueba de contingencia, el 14.3% de los encuestados indicaron una relación de nivel medio entre estas variables, subrayando la necesidad de invertir en capacitaciones continuas que realmente respondan a las necesidades y rendimiento de los empleados, mejorando así su motivación en el trabajo.

En cuanto a los objetivos específicos:

1. Determinación de la relación existente entre la dimensión "reacción" y la motivación laboral: El 20% de los encuestados percibió una relación de nivel medio entre esta dimensión y la motivación laboral, destacando la importancia de que las capacitaciones aborden aspectos que influyan positivamente en la reacción de los empleados hacia su motivación laboral.
2. Determinación de la relación entre la dimensión "aprendizaje" y la motivación laboral: Se encontró que el 14.3% de los encuestados observaron una relación de nivel medio entre estas dos variables. Es crucial mejorar los métodos de capacitación para asegurar que contribuyan efectivamente al aprendizaje de los colaboradores y, por ende, a su motivación laboral.
3. Determinación de la relación entre la dimensión "transferencia" y la motivación laboral: El 11.4% de los encuestados identificaron una relación de nivel medio entre estas variables. Esto enfatiza la necesidad de que las capacitaciones se enfoquen en temas pertinentes para los colaboradores, aumentando así la transferencia de conocimientos y habilidades, y fortaleciendo su motivación laboral.

#### V. REFERENCIAS

[1] C. A. Acosta, "Cuatro preguntas para iniciarse en cambio organizacional," Revista colombiana de psicología, no. 11, pp. 9-24, 2002. [Online]. Available: <https://www.redalyc.org/pdf/804/80401101.pdf>.

[2] N. J. Bastos-Molina, "Gestión del conocimiento en las organizaciones: un análisis bibliográfico," Aibi revista de investigación, administración e ingeniería, vol. 7, no. 2, pp. 82-87, 2019.

[3] A. Carvalho, "¿Qué se requiere para mantener un nivel alto de motivación laboral?," ContentEngine LLC, May 21, 2023. [Online]. Available:

<https://www.proquest.com/newspapers/qué-se-requiere-para-mantener-un-nivel-alto-de/docview/2817276696/se-2>.

- [4] I. Chiavenato, Administración de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones, 10th ed., McGraw-Hill Interamericana, 2018. [Online]. Available: <https://www.proquest.com/docview/2148742975/A67F86C88E5742ABPO/1?accountid=36937>.
- [5] R. J. L. García, Cómo elaborar un proyecto de investigación, DIGITALIA, 1996.
- [6] G. P. Guevara Alban, A. E. Verdesoto Arguello, and N. E. Castro Molina, "Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción)," RECIMUNDO, vol. 4, no. 3, pp. 163-173, Jul. 2020. [Online]. Available: [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173).
- [7] S. Hernandez Mendoza and D. Duana Avila, "Técnicas e instrumentos de recolección de datos," Boletín Científico De Las Ciencias Económico Administrativas Del ICEA, vol. 9, no. 17, pp. 51-53, 2020. [Online]. Available: <https://doi.org/10.29057/icea.v9i17.6019>.
- [8] R. R. Parraguez Vallejos and D. Huamán Medina, "Motivación laboral y su relación con el compromiso organizacional de la fuerza de ventas de la empresa Macga SAC-Chiclayo," 2022.
- [9] C. I. Perea Solórzano, "La Motivación laboral de los colaboradores del área de ventas del Grupo Vega Distribución SAC, 2017," 2017.
- [10] M. Tamayo Tamayo, Tipo de Investigación, Abouhamad, Apuntes de investigación en ciencias sociales, 52, 2007.
- [11] M. Torres, K. Paz, and F. G. Salazar, "Métodos de recolección de datos para una investigación," 2006.
- [12] M. L. Tito Ramirez, "La psicomotricidad gruesa y las nociones espaciales en niños de 4 años, en la Institución Educativa N° 0036 Madre María Auxiliadora-San Juan de Lurigancho, Lima-2021," 2021.
- [13] M. C. Useche, W. Artigas, B. Queipo, and E. Perozo, "Técnicas e instrumentos de recolección de datos cuali-cuantitativos," 2019.
- [14] J. L. Ventura-León, "¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria," Revista cubana de salud pública, vol. 43, no. 4, 2017.