



UNIVERSIDAD
DE PIURA

REPOSITORIO INSTITUCIONAL
PIRHUA

ANÁLISIS DE LA MOTIVACIÓN
LABORAL SEGÚN LA TEORÍA
ANTROPOLÓGICA DE LA
MOTIVACIÓN DENTRO DEL ÁREA
COMERCIAL DE LA EMPRESA MP
INSTITUCIONAL S.A.C.

María Dávila-Alvarado

Piura, diciembre de 2018

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Programa Académico de Administración de Empresas

Dávila, M. (2018). *Análisis de la motivación laboral según la teoría antropológica de la motivación dentro del área comercial de la Empresa MP Institucional S.A.C.* (Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas). Universidad de Piura. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Programa Académico de Administración de Empresas. Piura, Perú.



Esta obra está bajo una licencia

[Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

[Repositorio institucional PIRHUA – Universidad de Piura](https://repositorio.institucional.pirhua.edu.pe/)

**UNIVERSIDAD DE PIURA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

MARIA ALEJANDRA DÁVILA ALVARADO

Título: “Análisis de la motivación laboral según la teoría antropológica de la motivación dentro del área comercial de la Empresa MP Institucional S.A.C.”

Año 2018, 58 páginas, 01 tomo, 06 anexos, 1 CDs.

Revisor: Mg. José Antonio Arámbulo Vega.

RESUMEN

La finalidad del presente trabajo de suficiencia profesional es analizar los factores motivacionales de las personas que conforman el área comercial de la empresa MP Institucional S.A.C bajo el enfoque de la teoría antropológica de la motivación de Juan Antonio Pérez López, para constatar que el ser humano actúa por tres niveles de motivos: extrínsecos, intrínsecos y trascendentes lo cuales influyen directamente en su desempeño laboral pero en su mayoría las empresas no lo toman en consideración.

La investigación se fundamenta en diferentes fuentes bibliográficas; se utilizó también la encuesta como herramienta de recolección de información, la cual fue aplicada a todos los miembros del equipo comercial de la organización para tener una mejor visión de la situación y proponer lineamientos de mejora.

Finalmente, los resultados señalaron que existe un deficiente plan de motivación, pues no satisfacen las necesidades de sus trabajadores de manera integral, y esto genera resultados negativos para la empresa, como por ejemplo un alto índice de rotación y el incumplimiento de sus objetivos y/o metas, motivo por el cual es necesario aplicar un plan de mejora.



UNIVERSIDAD DE PIURA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**Análisis de la motivación laboral según la teoría
antropológica de la motivación dentro del área
comercial de la Empresa MP Institucional S.A.C.**

**Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título de
Licenciado en Administración de Empresas**

María Alejandra Dávila Alvarado

Revisor: Mg. José Antonio Arámbulo Vega

Piura, diciembre 2018

Tabla de contenido

Introducción	1
Capítulo 1 Aspectos generales	3
1.1. Descripción de la empresa	3
1.1.1. Ubicación	4
1.1.2. Actividad	4
1.1.3. Misión y Visión de la empresa	5
1.1.3.1. Visión.....	5
1.1.3.2. Misión	5
1.1.4. Organigrama.....	5
1.2. Descripción general de experiencia profesional	5
1.2.1. Actividad profesional desempeñada.....	6
1.2.2. Propósito del puesto	6
1.2.3. Producto o proceso objeto del informe.....	6
Capítulo 2 Fundamentación	9
2.1. Teoría y la práctica en el desempeño profesional	9
2.1.1. Marco teórico	10
2.1.1.1. Motivos extrínsecos	10
2.1.1.2. Motivos intrínsecos.....	11
2.1.1.3. Motivos trascendentes.....	11
2.2. Descripción de las acciones, metodologías y procedimientos	13

Capítulo 3 Desarrollo de experiencias y resultados	15
3.1. Aportes.....	15
3.1.1. Cuestionario	15
3.1.2. Interpretación de resultados	16
3.1.2.1. Dimensión de la motivación extrínseca.....	16
3.1.2.2. Dimensión de la motivación intrínseca	16
3.1.2.3. Dimensión de la motivación trascendente	17
3.2. Desarrollo de experiencias.....	18
Conclusiones	21
Recomendaciones	23
Referencias bibliográficas.....	25
Anexos	27
Anexo 1. Socios comerciales.....	29
Anexo 2. Portafolio de productos	30
Anexo 3. Organigrama de la organización	32
Anexo 4. Programa para el equipo comercial de Ítaca formación profesional SAC.....	33
Anexo 5. Cuestionario para conocer el nivel motivación dentro del área comercial de la organización.....	38
Anexo 6. Resultados del cuestionario.....	41