ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
CULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOC

ECONOMÍA CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL

GUAYAQUIL-ECUADOR

2009

Ma. Gabriela Rodriguez

Jéssica A. Acosta C.

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
CULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOC

ORIENTACIONES HACIA EL APRENDIZAJE Y EL DESEMPEÑO; CON EL TRABAJO DURO E INTELIGENTE DE LA FUERZA DE VENTAS EN LAS EMPRESAS DEL PAÍS

Ma. Gabriela Rodriguez

Jéssica A. Acosta C.

INTRODUCCIÓN

- "Learning Orientation, Working Smart, and Effective Selling" realizado en 1994 por Harish Sujan, Barton A. Weitz y Nirmalya Kumar

- Se desea evaluar si la relación entre la orientación hacia el aprendizaje y desempeño, motiva al vendedor al trabajo duro e inteligente para que así pueda alcanzar una venta efectiva.

CAPITULO I

1. ASPECTOS PRELIMINARES

1.1. Antecedentes.

- Año de 1700, en Europa.
- Relación empleado – trabajador.
- Aspectos Motivacionales y Competencias de los empleados
  - Niveles de rotación en vendedores.
  - Beneficios: Fondos de reserva, fondos de jubilación, pagos de decimos o utilidades. La afiliación al IESS, ni seguros por riesgos de trabajo.

1.1. Antecedentes.

- Aspectos Motivacionales y Competencias de los empleados
  - Competencias del individuo en el trabajo.
  - Lo cognoscitivo (conocimientos y habilidades), lo afectivo (motivaciones, actitudes, rasgos de personalidad), lo psicomotriz o conductual (hábitos, destrezas) y lo psicofísico o psicofisiológico (por ejemplo, visión estroboscópica o de colores).
  - “Competente" .
  - Factor monetario, el clima laboral, los niveles de incentivos y las capacidades y conductas de los equipos de trabajo.

1.1. Antecedentes.

- Implicación de la motivación laboral
  - permite canalizar la energía, el esfuerzo y la conducta en general del trabajador hacia el logro de objetivos que interesan a las organizaciones y a la misma persona.
- Enfoque motivacional hacia las ventas.
  - Las empresas están obligadas a ofrecer a su red de ventas un instrumento que permita un mejor conocimiento de ella misma, el entorno y el producto.
  - Formación del personal de ventas

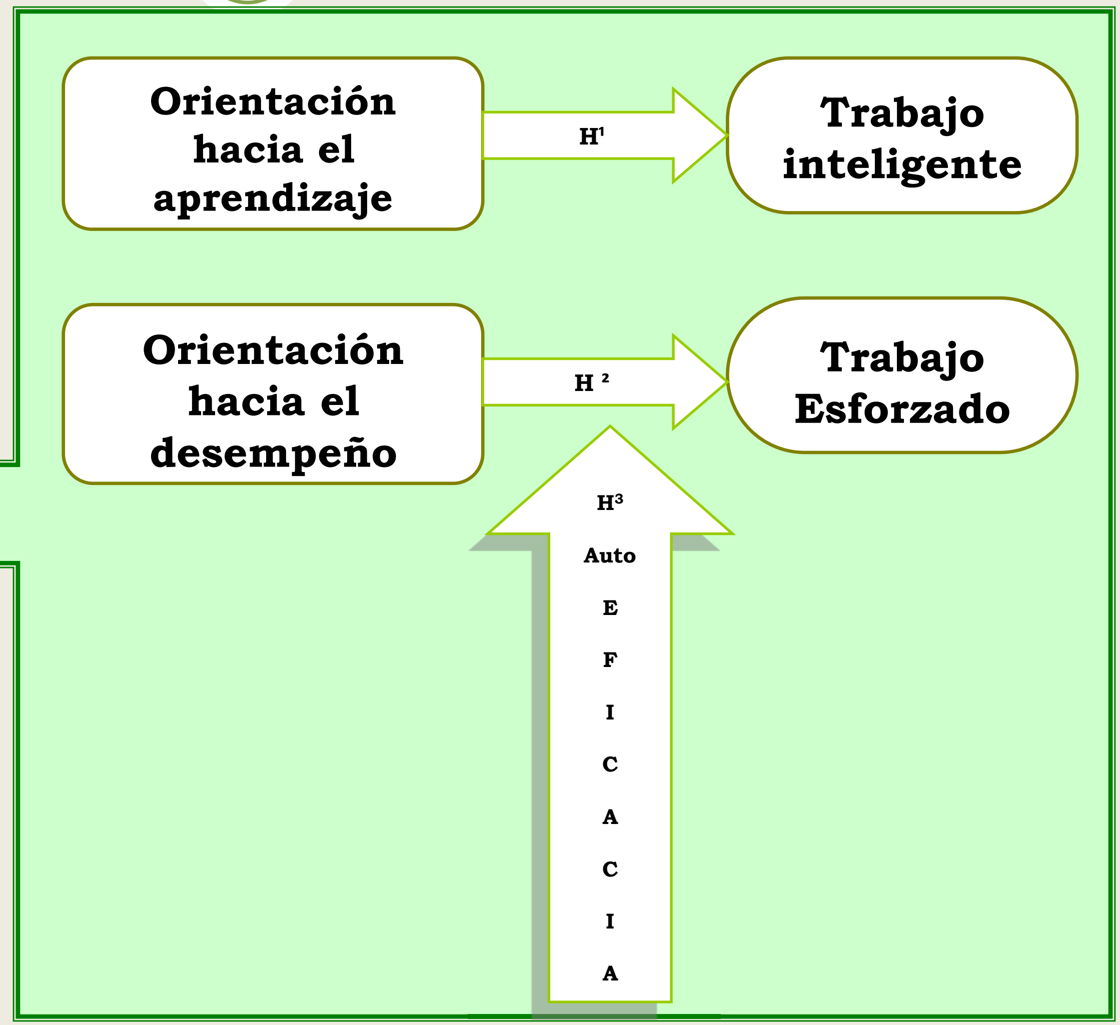
1.2. Justificación del estudio.

- No siempre las compensaciones cuantitativas son verdaderas satisfacciones sino los elementos motivacionales cualitativos suelen tener una gran importancia.
- Proponemos validar los resultados para el Ecuador, del trabajo descrito previamente en Estados Unidos (Sujan, Weitz y Kumar) .

1.2. Justificación del estudio.

- La idea principal que envuelve estas orientaciones motivacionales con el comportamiento en este estudio, esta en el hecho de que una orientación al aprendizaje se ve influenciada positivamente a que el vendedor trabaje de manera inteligente y dura, y si solo es orientado hacia el desempeño tendrá una influencia positiva únicamente con el trabajo duro.

1.3. Hipótesis.



1.4. Objetivos de la investigación.

- Objetivo principal
  - Comprobar la influencia positiva que genera en las empresas que adopten una orientación motivacional en sus vendedores, logrando de esta manera cambios en su comportamiento con respecto a su desempeño en las ventas y así aumentar el rendimiento del departamento y la empresa en general.

1.4. Objetivos de la investigación.

- Objetivos Específicos:
  - Determinar una serie de antecedentes y comportamientos laborales en los empleados dentro de las compañías y en especial en los vendedores
  - Determinar diversos aspectos teóricos acerca del presente estudio
  - Determinar las diferentes variables y motivaciones que tienen los vendedores en sus labores
  - Identificar el impacto de la motivación y comprobar la influencia positiva que genera en las empresas la orientación motivacional en sus vendedores

1.4. Resultados esperados de la investigación.

- Demostrar la importancia de la investigación.
- Nuevas estrategias de desarrollo e incremento del desempeño organizacional
- Nuevas estrategias de desarrollo e incremento del desempeño organizacional
- Enfatizar la implementación de las orientaciones motivacionales en el sector laboral de nuestro país

CAPITULO II

2. METODOLOGIA

2.1. Variables de la investigación.

- Orientación hacia el aprendizaje:
  - Se describe como la meta que orienta a las personas a mejorar sus habilidades y dominar las tareas que desempeñan en su departamento o área de trabajo.
  - Esta busca el conocimiento por su propio valor.
  - Se deriva del interés intrínseco del trabajo de uno mismo.

2.1. Variables de la investigación.

- Orientación hacia el desempeño:
  - Orienta a las personas a alcanzar evaluaciones positivas de sus actuales habilidades que están acostumbrados a desempeñar.
  - Se deriva de un interés extrínseco de uno mismo.
  - Su deseo es de utilizar su trabajo para lograr que los demás valoren sus esfuerzos.

2.1. Variables de la investigación.

- Trabajo duro:

    - Se considera como manifestación clave del nivel de esfuerzo del vendedor a su persistencia; en términos de duración de tiempo dedicado a su trabajo y el continuo intento después de una derrota.

2.1. Variables de la investigación.

- Trabajo Inteligente:

    - Comportamiento dirigido hacia el desarrollo del conocimiento relacionado a las ventas, utilizando este conocimiento en las diferentes situaciones que se presenten con un cliente.

2.1. Variables de la investigación.

- Auto-Eficacia:

  - Juzga a los vendedores para ser capaces de organizar y ejecutar cursos de acción requeridos para desempeñar exitosamente su trabajo.
  - Se lo considera como un efecto moderador en el trabajo que desempeñan los vendedores.
  - Dado esto, debido a que la confianza que sientan es la que reflejan, la alta auto-eficacia crea una mayor confianza en el vendedor mientras que una baja auto-eficacia no crea la confianza suficiente y los desalienta únicamente a rendir buenas evaluaciones y a buenos resultados.

2.2.Procedimientos de la investigación.

- PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN

  - La finalidad de esta investigación es definir de que manera se ve influenciado el comportamiento de los vendedores dentro de las diversas empresas de nuestro medio, enfocándonos en la implicación de las motivaciones dentro del ámbito laboral y cuales son las variables que ejercen inconscientemente presión para lograr alcanzar una venta efectiva; y así la industria puede llegar a conseguir mejores resultados.

2.2.Procedimientos de la investigación.

- PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN

  - Se recopilará información a través de fuentes primarias como la investigación de campo (encuesta) con el fin de establecer y determinar primordialmente las tendencias de comportamiento de los vendedores.
  - Se tomara una muestra calculada:

$$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

n = 384 INDIVIDUOS

2.2.Procedimientos de la investigación.

- Participantes:

  - Mujeres y hombres con experiencia en el área de ventas
  - Se asistió a concesionarios, empresas que ofrecen el servicio de ventas de planes celulares y compañías de seguros.

2.3.Diseño del cuestionario.

- Trabajo inteligente:

  a) **Planificación de ventas:** El atractivo de planear para determinar la conveniencia del comportamiento y las actividades de las ventas

  b) **Flexibilidad funcional:** Poseer la confianza y capacidad para atraer un amplio rango de comportamientos y actividades de ventas

  c) **Venta adaptable:** La alteración de los comportamientos y actividades de venta basados en consideradas situaciones

2.3.Diseño del cuestionario.

A. Planificación para una venta

Declaraciones:	Definitivamente de acuerdo	Generalmente de acuerdo	Ligeramente de acuerdo	Ligeramente en desacuerdo	Generalmente en desacuerdo	Definitivamente en desacuerdo
1. Me dirijo a mi lugar de trabajo sin pasar mucho tiempo en planear una venta.						
2. Hago un listado de los pasos necesarios para obtener una orden.						
3. Yo pienso acerca de las estrategias que yo retrocedería si los problemas en una interacción de una venta llegaran a suscitarse.						
4. Debido a que muchos aspectos en mi trabajo son impredecibles, la planificación no es útil.						
5. Yo llevo un buen registro de mis cuentas.						
6. Me fijo metas personales por cada llamada que realizo para vender.						
7. Cada semana realizo un plan de lo que necesito hacer.						
8. Yo no mal gasto el tiempo pensando lo que debería hacer.						
9. Soy cuidadoso para trabajar primero en las tareas de mayor prioridad.						
10. La planificación es una perdida de tiempo.						
11. La planificación es una excusa para no trabajar.						
12. Yo no necesito desarrollar una estrategia para un cliente para conseguir una orden (pedido).						

2.3.Diseño del cuestionario.

B. Flexibilidad funcional en la ventas

Aptitudes	Definitivamente no es fácil para mi	Generalmente no es fácil para mi	Ligeramente no es fácil para mi	Ligeramente es fácil para mi	Generalmente es fácil para mi	Definitivamente es fácil para mi
Dominante						
Entusiasta						
Reservado						
Ambicioso						
Frío						
Extrovertido						
Introvertido						
Prominente						
Relajado						
Agradable						
Agresivo						
Confiable						
Modesto						
Exigente						
Sumiso						
Calculador						

2.3.Diseño del cuestionario.

C. Venta adaptable

Declaraciones:	Definitivamente de acuerdo	Generalmente de acuerdo	Ligeramente de acuerdo	Ligeramente desacuerdo	Generalmente en desacuerdo	Definitivamente en desacuerdo
1. Básicamente, yo uso la misma aproximación con la mayoría de mis clientes.						
2. Yo vario mis estilos de ventas de situación en situación.						
3. Me gusta experimentar con diferentes aproximaciones de ventas.						
4. Yo uso un conjunto de aproximaciones de ventas.						
5. Yo puedo usar fácilmente una amplia variedad de aproximaciones en vender.						
6. Encuentro difícil adaptar mi estilo de presentación a ciertos compradores.						
7. Cada cliente requiere una única aproximación.						
8. Soy bien sensible a las necesidades de mis clientes.						
9. Cuando me doy cuenta de que mis aproximaciones de ventas no están funcionando, puedo fácilmente cambiar a otra aproximación.						
10. Es fácil para mí modificar mis presentaciones de ventas si la situación lo requiere.						
11. Siento que la mayoría de los compradores se los puede ser tratados prácticamente de la misma manera.						
12. Yo soy bien flexible en las aproximaciones de venta que uso.						
13. Yo trato de considerar como un cliente difiere de otro.						
14. Me siento confiado de que puedo cambiar mi presentación planeada cuando sea necesario.						
15. Yo no cambio de aproximación para un cliente o para otro.						
16. Yo trato a todos mis compradores de la misma forma.						

2.3.Diseño del cuestionario.

- Trabajo Esforzado:

Declaraciones	Definitivamente de acuerdo	Generalmente de acuerdo	Ligeramente de acuerdo	Ligeramente desacuerdo	Generalmente en desacuerdo	Definitivamente en desacuerdo
1.Yo trabajo largas horas para alcanzar mis objetivos de ventas.						
2.Yo no me rindo fácilmente cuando encuentro a un cliente a quien es difícil venderle.						
3.Trabajo incansablemente para alcanzar una venta hasta lograr una orden.						

2.3.Diseño del cuestionario.

- Auto eficacia:

Declaraciones	Definitivamente de acuerdo	Generalmente de acuerdo	Ligeramente de acuerdo	Ligeramente desacuerdo	Generalmente en desacuerdo	Definitivamente en desacuerdo
1.Me siento bien vendiendo						
2.Es difícil para mi ejercer presión en un cliente.						
3.Yo se hacer las cosas correctas en una situacion de ventas.						
4.Yo encuentro dificil convencer a un cliente que tiene un punto de vista diferente al mio						
5.Mi temperamento no es el apropiado para vender.						
6. Es facil para mi descifrar lo que quiere el cliente.						
7. Es facil para mi que mis clientes vean cual es mi punto de vista.						

2.3.Diseño del cuestionario.

- Orientación al desempeño:

Declaraciones	Definitivamente de acuerdo	Generalmente de acuerdo	Ligeramente de acuerdo	Ligeramente desacuerdo	Generalmente en desacuerdo	Definitivamente en desacuerdo
1. Es muy importante para mi que mi supervisor me vea como un buen vendedor.						
2. Yo quiero que mis companeros me consideren bueno en ventas.						
3. Yo me siento bien cuando se que he superado a otros vendedores de mi compania.						
4. Yo siempre trato de comunicar mis logros a mi supervisor.						
5. Paso mucho tiempo pensando acerca de como mi desempeno se compara con el de otros vendedores.						
6. Me evaluo usando el criterio de mi supervisor.						

2.3.Diseño del cuestionario.

- Orientación al Aprendizaje:

Declaraciones	Definitivamente de acuerdo	Generalmente de acuerdo	Ligeramente de acuerdo	Ligeramente desacuerdo	Generalmente en desacuerdo	Definitivamente en desacuerdo
1.Realizar una venta difícil es muy satisfactorio.						
2.Una parte importante de ser un buen vendedor es mejorar continuamente mis habilidades de ventas.						
3.Comenter errores mientras se vende es parte del proceso de aprendizaje.						
4.Es importante para mi aprender de cada experiencia de venta que tengo.						
5.Realmente no hay nuevas cosas que aprender sobre las ventas.						
6.Yo siempre estoy aprendiendo cosas nuevas de los clientes.						
7.Vale la pena gastar gran parte del tiempo en aprender nuevas propuestas para lidiar con los clientes.						
8.Aprender como ser un mejor vendedor tiene una importancia fundamental para mi.						
9.Pongo mucho esfuerzo a veces para aprender nuevas cosas.						

CAPITULO III

3. ANALISIS DE LOS RESULTADOS

3.1.Aspectos teóricos del estudio.

- Nuestro estudio se basa en un trabajo previo llamado "Learning Orientation, Working Smart, and Effective Selling" realizado en 1994 por Harish Sujan, Barton A. Weitz y Nirmalya Kumar donde se obtuvo como resultado que la productividad de los vendedores depende considerablemente en desarrollar una orientación hacia el aprendizaje; esta orientación como la orientación hacia el desempeño

3.2.Especificacion del modelo y datos.

- Las encuestas fueron realizadas en el periodo de febrero y marzo del 2008
- Se considero a diversos tipos de empresas como concesionarios de vehículos, aseguradoras y distribuidores de servicios telefónicos, las cuales tienen como principal fuente de ingreso las ventas.

3.2.Especificacion del modelo y datos.

EMPRESA	DIRECCION
AUTOLASA	Av. de Las Américas Ecuador - Guayas, Guayaquil
TOYOCOSTA	Av.Carlos Julio Arosemena km 3.5 Ecuador - Guayas, Guayaquil
ASIAUTO MOTORS S.A.	Av.Constitucion, frente al Mall del Sol Ecuador - Guayas, Guayaquil
E-MAULME C.A	Av.de Las Américas y Calle 3A Fte,A la Esc.de Aviación del Ejercito Ecuador - Guayas, Guayaquil
MOTRANSAMOTORISA	Av.Juan Tanca Marengo km 1 1/2 Ecuador - Guayas, Guayaquil
VOLVO SUECIA MOTORS S.A.,	Av.de Las Américas y Calle Octava.Frente al Aeropuerto Ecuador - Guayas, Guayaquil
Aseguradora BMI	Edif. World Trade Center Torre B piso 8 oficina 811
QMC	Av. Francisco de Orellana
CELLSHOP	Av. Juan Tanca Marengo Km 4.5 C.C. Plaza Saibaba

3.2.Especificacion del modelo y datos.

- Para la H1, se describió lo siguiente:
  - Variable Dependiente: Trabajo Esforzado = T.ESF.
  - Trabajo Inteligente = Planificación de ventas +flexibilidad funcional + venta adaptable = T.INT.
  - Variable Independiente: Orientación hacia el Aprendizaje = O.A.

3.2.Especificacion del modelo y datos.

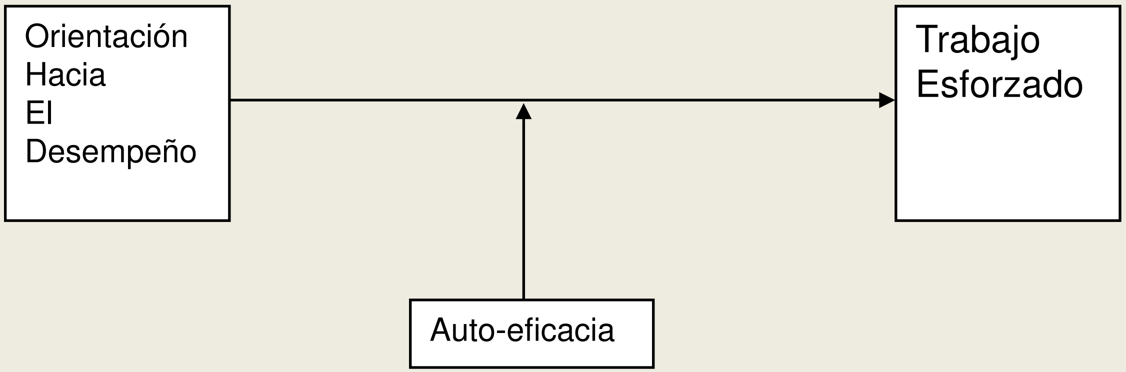
- Para la H2, se describió lo siguiente:
  - Variable Dependiente: Trabajo Esforzado = T.ESF.
  - Variable Independiente: Orientación hacia el Desempeño = O.D.

3.2.Especificacion del modelo y datos.

- Para la H3, se describió lo siguiente:
  - Variable Dependiente: Trabajo Esforzado = T.ESF.
  - Variable Independiente: Orientación hacia el Desempeño = O.D.
    Auto-Eficacia = A.E.
- Para el desarrollo de esta hipótesis se dividió en dos modelos para incluir la variable A.E. como moderador.
  - El modelo 1 considera:
  - Trabajo Esforzado= f (orientación hacia el desempeño, auto eficacia)
  - (Sin interacción del moderador)

3.2.Especificacion del modelo y datos.

- El modelo 2 considera:
  - La multiplicación de las variables O.D. x A.E. para la interacción del modelo.
  - Trabajo Esforzado= f (orientación hacia el desempeño, auto-eficacia, orientación hacia el desempeño x auto-eficacia)



3.2. Análisis estadísticos de los resultados.

- Análisis descriptivo
  - Genero:

3.2. Análisis estadísticos de los resultados.

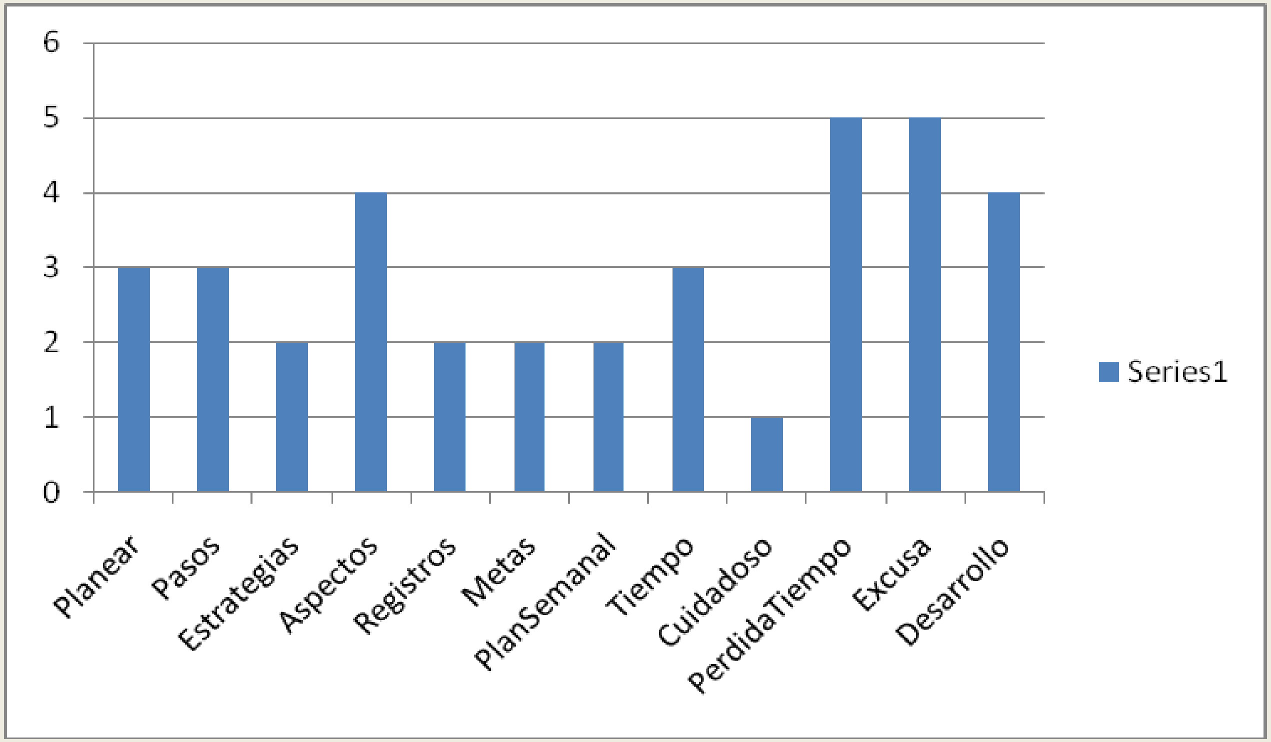
- Análisis descriptivo
  - Edad:

3.2. Análisis estadísticos de los resultados.

- Análisis descriptivo
  - Horas de trabajo:

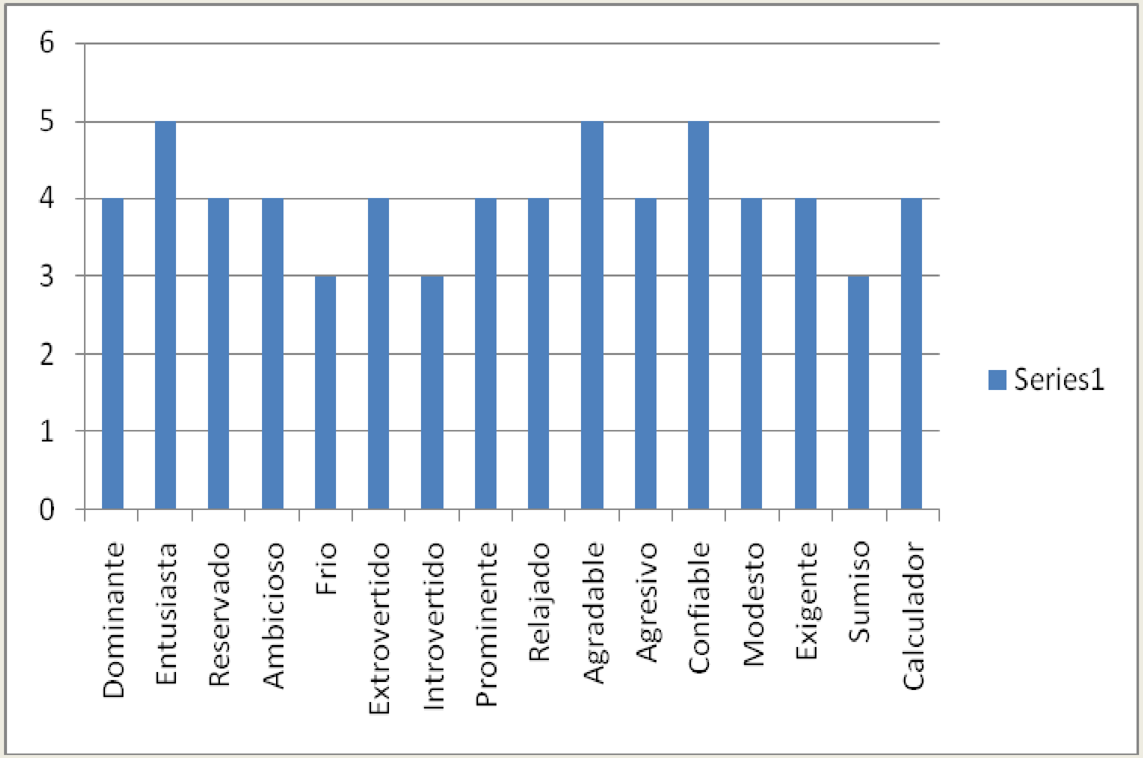
3.2. Análisis estadísticos de los resultados.

- Análisis descriptivo
  - Trabajo Inteligente-Planificación de ventas:



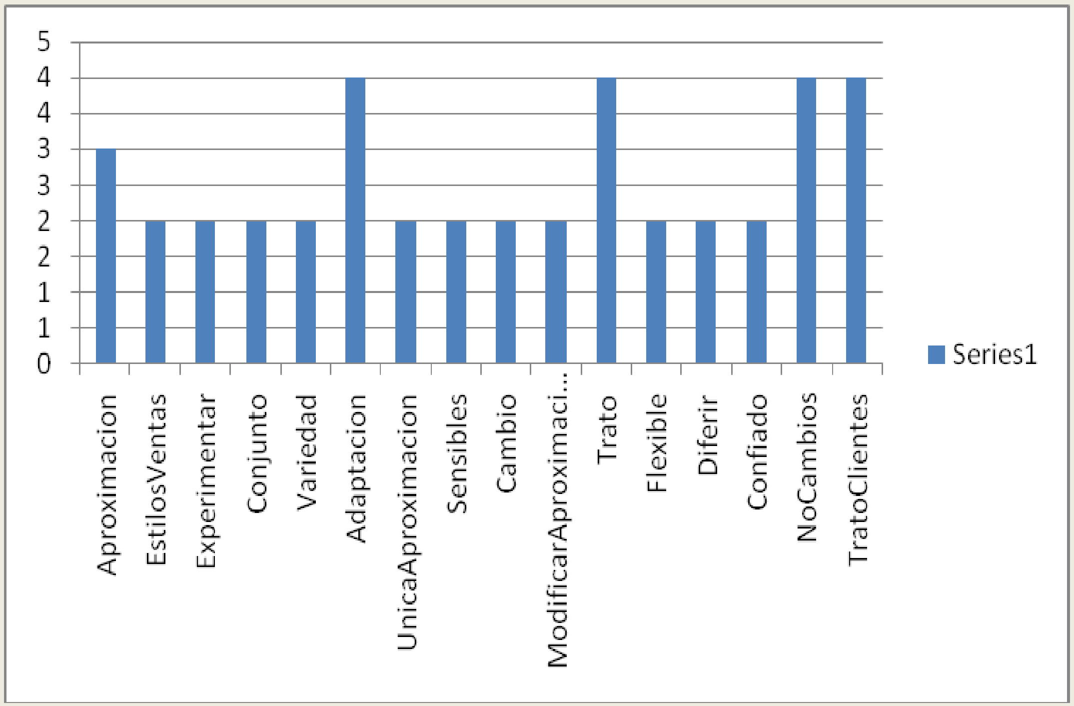
3.2. Análisis estadísticos de los resultados.

- Análisis descriptivo
  - Trabajo Inteligente-Flexibilidad Funcional:



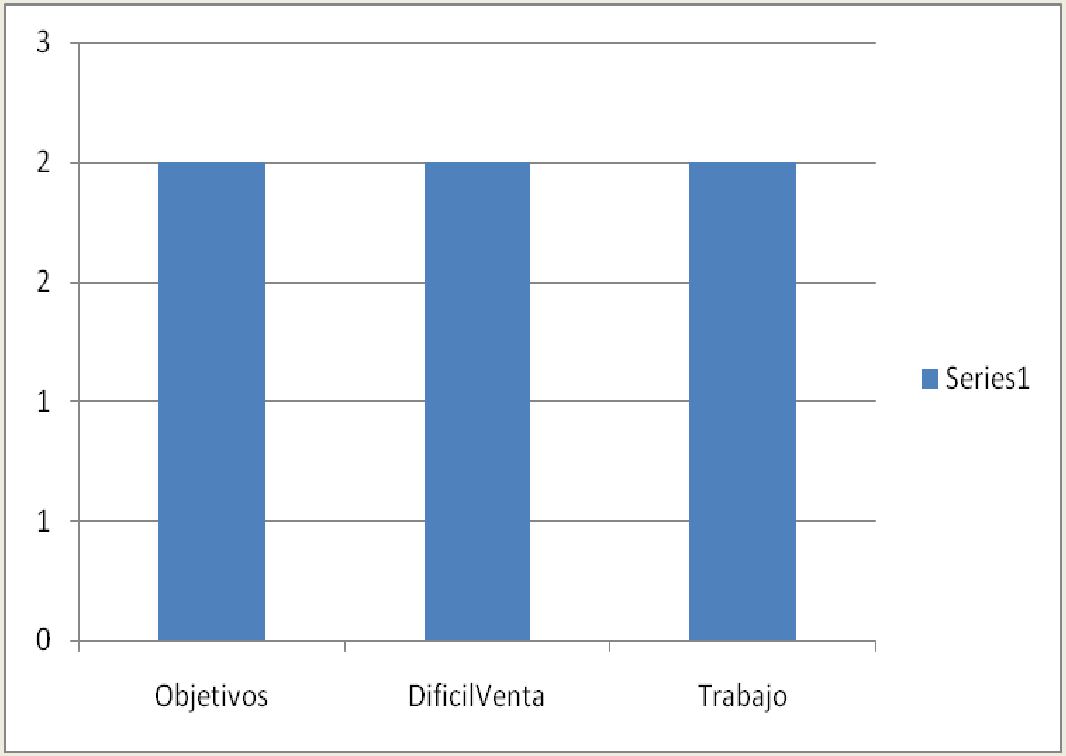
3.2. Análisis estadísticos de los resultados.

- Análisis descriptivo
  - Trabajo Inteligente- Venta Adaptable:



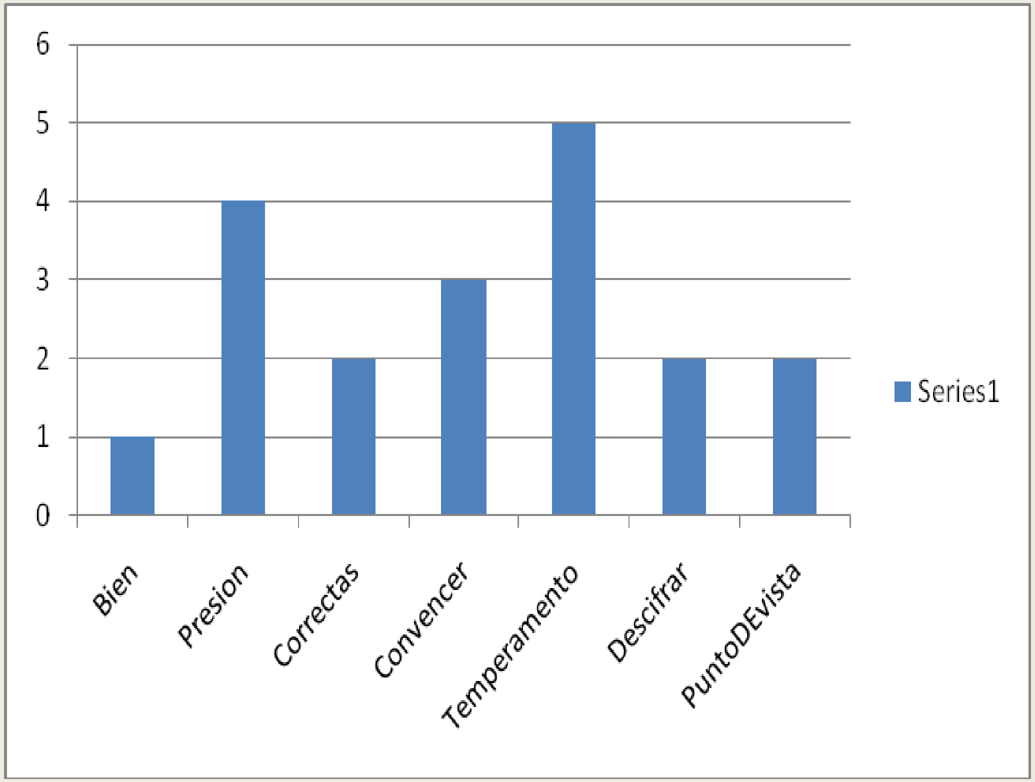
3.2. Análisis estadísticos de los resultados.

- Análisis descriptivo
  - Trabajo Esforzado:



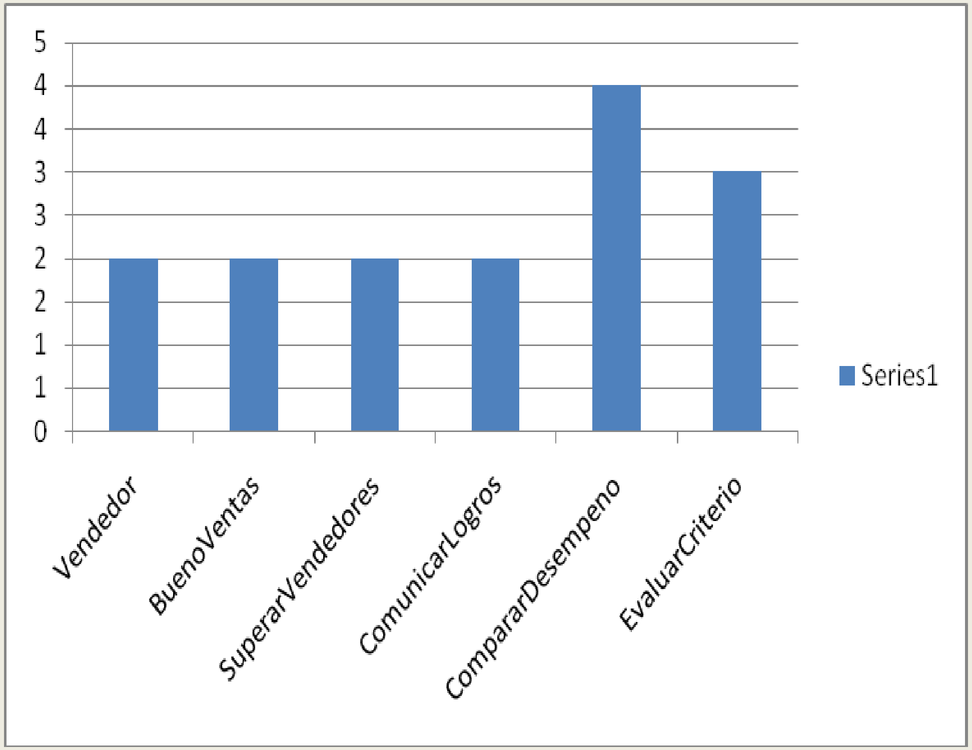
3.2. Análisis estadísticos de los resultados.

- Análisis descriptivo
  - Auto Eficacia:



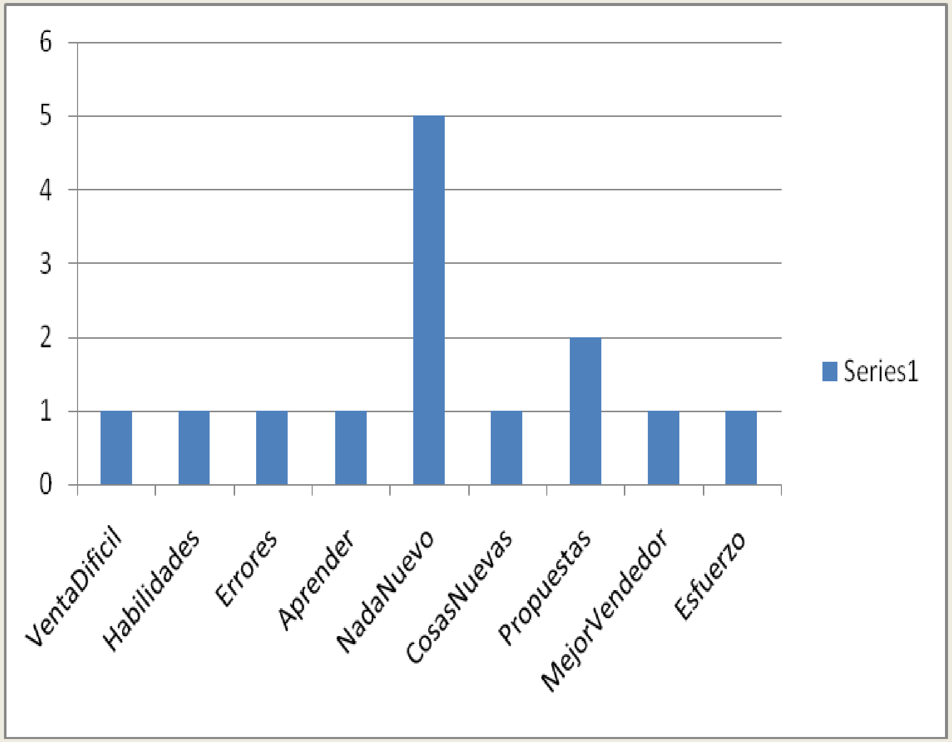
3.2. Análisis estadísticos de los resultados.

- Análisis descriptivo
  - Orientación al desempeño:



3.2. Análisis estadísticos de los resultados.

- Análisis descriptivo
  - Orientación hacia al aprendizaje:



3.2. Análisis estadísticos de los resultados.

- Análisis Inferencial
  - **Hipótesis 1**:
    - Variable TRABAJO ESFORZADO y ORIENTACIÓN AL APRENDIZAJE

Model Summary(b)					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.931789281	0.86823127	0.86734094	21.78009378	**1.970147926**
a	Predictors: (Constant), Orientacionaprendizaje				
b	Dependent Variable: Trabajoesforzado				

3.2. Análisis estadísticos de los resultados.

- Análisis Inferencial
  - **Hipótesis 1**:
    - Variable TRABAJO ESFORZADO y ORIENTACIÓN AL APRENDIZAJE

ANOVA(b)						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	462598.532	1	462598.5322	975.1799412	5.1575E-67
	Residual	70207.1278	383	474.3724852		
	Total	532805.66	384			
A	Predictors: (Constant), Orientacionaprendizaje					
b	Dependent Variable: Trabajoesforzado					

3.2. Análisis estadísticos de los resultados.

- Análisis Inferencial
  - **Hipótesis 1**:
    - Variable TRABAJO ESFORZADO y ORIENTACIÓN AL APRENDIZAJE

Coefficients(a)									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF	B	Std. Error
1	(Constant)	83.1525387	7.83196733		10.61706916	6.2609E-20		
	Orientacionaprendizaje	3.15257383	0.10095385	**0.931789281**	31.22787122	5.1575E-67	1	1
a	Dependent Variable: Trabajoesforzado							

3.2. Análisis estadísticos de los resultados.

- Análisis Inferencial
  - **Hipótesis 1**:
    - Variable TRABAJO INTELIGENTE Y ORIENTACIÓN AL APRENDIZAJE

Model Summary(b)					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.881645652	0.77729906	0.77579432	20.66846372	**1.94126833**
a	Predictors: (Constant), Orientacionaprendizaje				
b	Dependent Variable: trabajointel				

3.2. Análisis estadísticos de los resultados.

- Análisis Inferencial
  - **Hipótesis 1**:
    - Variable TRABAJO INTELIGENTE Y ORIENTACIÓN AL APRENDIZAJE

ANOVA(b)						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	220670.455	1	220670.4552	516.5683543	3.9938E-50
	Residual	63223.4381	383	427.1853926		
	Total	283893.893	384			
a	Predictors: (Constant), Orientacionaprendizaje					
b	Dependent Variable: trabajointel					

3.2. Análisis estadísticos de los resultados.

- Análisis Inferencial
  - **Hipótesis 1**:
    - Variable TRABAJO INTELIGENTE Y ORIENTACIÓN AL APRENDIZAJE

Coefficients(a)								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF	B	Std. Error
1	(Constant)	96.7979684	7.43223304		13.02407607	2.5546E-26		
	Orientacionaprendizaje	2.17738505	0.09580129	0.881645652	22.72814014	3.9938E-50	1	1
a	Dependent Variable: trabajointel							

3.2. Análisis estadísticos de los resultados.

- Análisis Inferencial
  - **Hipótesis 2**:
    - Variables de Trabajo Esforzado con la Orientación al Desempeño

Model Summary(b)					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.906918637	0.82250141	0.8213021	25.27848292	2.101016138
a	Predictors: (Constant), Orientaciondesempeno				
b	Dependent Variable: Trabajoesforzado				

3.2. Análisis estadísticos de los resultados.

- Análisis Inferencial
  - **Hipótesis 2**:
    - Variables de Trabajo Esforzado con la Orientación al Desempeño

ANOVA(b)						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	438233.409	1	438233.4086	685.8094579	1.9875E-57
	Residual	94572.2514	383	639.0016987		
	Total	532805.66	384			
a	Predictors: (Constant), Orientaciondesempeno					
b	Dependent Variable: Trabajoesforzado					

3.2. Análisis estadísticos de los resultados.

- Análisis Inferencial
  - **Hipótesis 2**:
    - Variables de Trabajo Esforzado con la Orientación al Desempeño

Coefficients(a)								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF	B	Std. Error
1	(Constant)	113.650026	8.1949175		13.86835512	1.5012E-28		
	Orientaciondesempeno	2.77388444	0.10592211	0.906918637	26.18796399	1.9875E-57	1	1
a	Dependent Variable: Trabajoesforzado							

3.2. Análisis estadísticos de los resultados.

- Análisis Inferencial
  - **Hipótesis 3**:
    - Variables de TRABAJO ESFORZADO, AUTOEFICACIA Y ORIENTACIÓN AL DESEMPEÑO

Model Summary(b)					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.940319396	0.88420057	0.88262506	20.48702813	**1.883062362**
a	Predictors: (Constant), Autoeficacia, Orientaciondesempeno				
b	Dependent Variable: Trabajoesforzado				

3.2. Análisis estadísticos de los resultados.

- Análisis Inferencial
  - **Hipótesis 3**:
    - Variables de TRABAJO ESFORZADO, AUTOEFICACIA Y ORIENTACIÓN AL DESEMPEÑO

ANOVA(b)						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	471107.067	2	235553.5333	561.218134	**1.522E-69**
	Residual	61698.5933	382	419.7183218		
	Total	532805.66	384			
a	Predictors: (Constant), Autoeficacia, Orientaciondesempeno					
b	Dependent Variable: Trabajoesforzado					

3.2. Análisis estadísticos de los resultados.

- Análisis Inferencial
  - **Hipótesis 3**:
    - Variables de TRABAJO ESFORZADO, AUTOEFICACIA Y ORIENTACIÓN AL DESEMPEÑO

Coefficients(a)									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF	B	Std. Error	
1	(Constant)	81.6685228	7.56106784		10.80118901	2.1947E-20			
	Orientaciondesempeno	0.93388319	0.22493434	**0.30533214**	4.151803566	5.5667E-05	0.1456524	6.86566092	
	Autoeficacia	2.15362255	0.24334618	**0.650849803**	8.850036323	2.5603E-15	0.1456524	6.86566092	
a	Dependent Variable: Trabajoesforzado								

3.2. Análisis estadísticos de los resultados.

- Análisis Inferencial
  - **Hipótesis 3**:
    - Variables de TRABAJO ESFORZADO, AUTOEFICACIA, ORIENTACIÓN AL DESEMPEÑO Y EL MODERADOR (ORIENTACIÓN AL DESEMPEÑO X AUTOEFICACIA):

Model Summary(b)					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.940349747	0.88425765	0.88187938	20.55200228	**1.890016356**
a	Predictors: (Constant), ordexaut, Autoeficacia, Orientaciondesempeno				
b	Dependent Variable: Trabajoesforzado				

3.2. Análisis estadísticos de los resultados.

- Análisis Inferencial
  - **Hipótesis 3**:
    - Variables de TRABAJO ESFORZADO, AUTOEFICACIA, ORIENTACIÓN AL DESEMPEÑO Y EL MODERADOR (ORIENTACIÓN AL DESEMPEÑO X AUTOEFICACIA):

ANOVA(b)						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	471137.48	3	157045.8265	371.8074783	**3.935E-68**
	Residual	61668.1805	381	422.3847977		
	Total	532805.66	384			
a	Predictors: (Constant), ordexaut, Autoeficacia, Orientaciondesempeno					
b	Dependent Variable: Trabajoesforzado					

3.2. Análisis estadísticos de los resultados.

- Análisis Inferencial
  - **Hipótesis 3**:
    - Variables de TRABAJO ESFORZADO, AUTOEFICACIA, ORIENTACIÓN AL DESEMPEÑO Y EL MODERADOR (ORIENTACIÓN AL DESEMPEÑO X AUTOEFICACIA):

Coefficients(a)								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF	B	Std. Error
1	(Constant)	74.6867946	27.1019404		2.755772965	0.00660206		
	Orientacion desempeno	1.02086386	0.3949573	**0.333770378**	2.584744888	0.0107251	0.0475422	21.0339463
	Autoeficacia	2.24600324	0.42204218	**0.678768321**	5.321750599	3.7919E-07	0.048731	20.5208169
	ordexaut	-0.00109418	0.00407768	**-0.055794037**	-0.268333134	0.78882167	0.01833633	54.5365318
a	Dependent Variable: Trabajoesforzado							

3.2. Análisis estadísticos de los resultados.

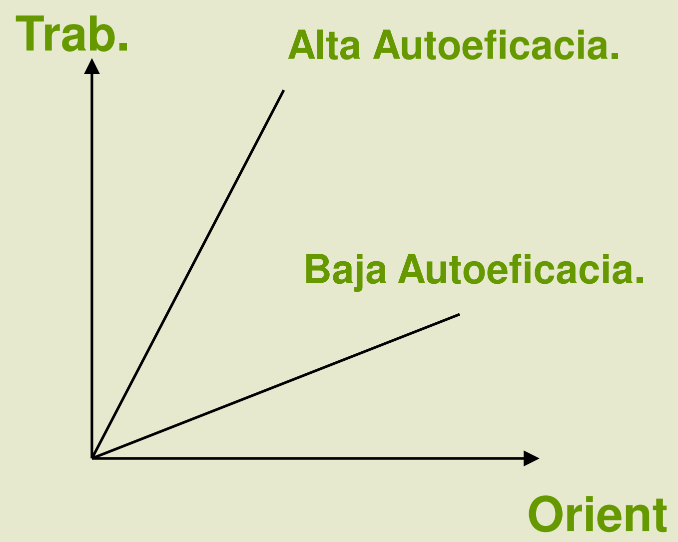
- Análisis Inferencial
  - **Hipótesis 3**:
    - Variables de TRABAJO ESFORZADO, AUTOEFICACACIA, ORIENTACIÓN AL DESEMPEÑO Y EL MODERADOR (ORIENTACIÓN AL DESEMPEÑO X AUTOEFICACACIA):

Coefficients(a)								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF	B	Std. Error
1	(Constant)	74.6867946	27.1019404		2.755772965	0.00660206		
	Orientacion desempeno	1.02086386	0.3949573	**0.333770378**	2.584744888	0.0107251	0.0475422	21.0339463
	Autoeficacia	2.24600324	0.42204218	**0.678768321**	5.321750599	3.7919E-07	0.048731	20.5208169
	ordexaut	-0.00109418	0.00407768	**-0.055794037**	-0.268333134	0.78882167	0.01833633	54.5365318
a	Dependent Variable: Trabajoesforzado							

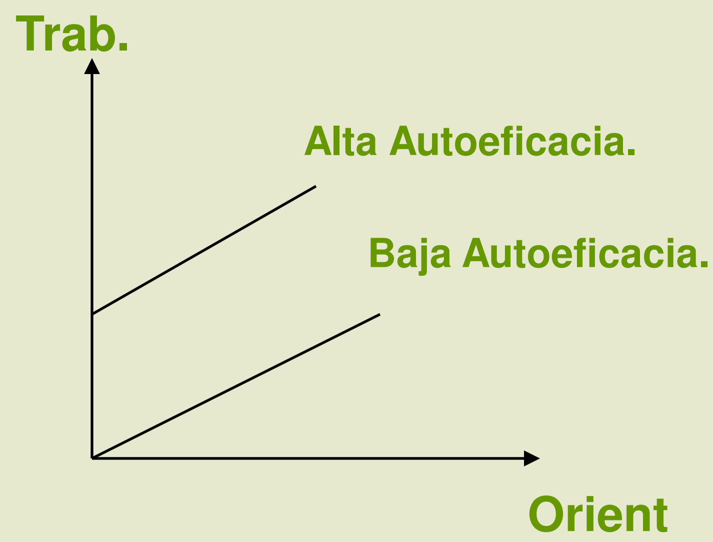
3.2. Análisis estadísticos de los resultados.

- Análisis Inferencial
  - **Hipótesis 3:**

CUANDO HAY INTERACCION:



RESULTADO:



Conclusiones & Recomendaciones

- Conclusiones
  - En la variable TRABAJO INTELIGENTE, se puede observar que si existe correlación entre esta variable y la variable ORIENTACIÓN AL APRENDIZAJE.
  - En la variable TRABAJO ESFORZADO, se puede observar que si existe correlación entre esta variable y la variable ORIENTACIÓN AL DESEMPEÑO
  - No encontramos soporte estadístico para la hipótesis 3, la cual plantea que la auto eficacia modera la relación entre la orientación al desempeño y el trabajo esforzado. Encontramos que tanto en el caso de alta o baja auto eficacia la relación entre la orientación al desempeño y el trabajo es forzado es la misma.

Conclusiones & Recomendaciones

- Recomendaciones

    - Vendedores se comprometan a desarrollar conocimientos y habilidades para aumentar su capacidad y eficiencia, así como para experimentar nuevas formas de abordar al cliente.
    - Establecer programas de capacitación que permitan aprender nuevas técnicas y métodos de ventas