



**ESTRATEGIAS MOTIVACIONALES Y SU IMPACTO EN LA CONDUCTA  
DEL PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS DE LA EMPRESA  
PINTURAS LAS FERIAS C, A.**

**Autores:** Guillen Josedira

Marín Aroldo

Urb. Yuma II, calle N° 3. Municipio San Diego

Teléfono: (0241) 8714240 (master) – Fax: (0241) 8712394



**UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ**

**ESTRATEGIAS MOTIVACIONALES Y SU IMPACTO EN LA CONDUCTA  
DEL PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS DE LA EMPRESA  
PINTURAS LAS FERIAS C, A.**

Trabajo de Grado para optar al Título de  
Licenciados en Relaciones Industriales

**Autores:** Guillen Josedira

C.I. 25.582.516

Marín Aroldo C.I. 20.444.934

**Tutor:** Lcda. Ada Colmenarez

San Diego, Diciembre del 2018



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES  
CARRERA RELACIONES INDUSTRIALES**

**ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

Quien suscribe, **ADA COMENAREZ DE LAGOS** , portador(a) de la cédula de identidad N°**12.315.127** , en mi carácter de tutor del trabajo de grado presentado por (los) ciudadano(os) **GUILLEN JOSEDIRA** y, **MARIN AROLDO** portador(as) de la cédula de identidad N° **25.582.516** y **20.444.934**, titulado; **ESTRATEGIAS MOTIVACIONALES Y SU IMPACTO EN LA CONDUCTA DEL PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS DE LA EMPRESA PINTURAS LAS FERIAS C, A.** presentado como requisito parcial para optar al título de Licenciados en Relaciones Industriales , considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En San Diego, a los 03 días del mes de Diciembre del año dos mil dieciocho.

(Firma)

Lcda. Ada Colmenarez de Lagos  
C.I.V: 12.315.127

## INDICE GENERAL

|  |         |
|--|---------|
| <b>DEDICATORIA</b>   | pp. vii |
| <b>AGRADECIMIENTOS</b>   | viii    |
| <b>RESUMEN INFORMATIVO</b>                                     | x       |
| <b>INTRODUCCION</b>  | 1       |
| <br>   |         |
| <b>CAPÍTULO</b>  |         |
| <b>I EL PROBLEMA</b>   |         |
| 1.1. Planteamiento del Problema                                | 3       |
| 1.2. Formulación del Problema                                  | 6       |
| 1.3. Objetivos de la Investigación                             | 6       |
| 1.4. Justificación de la Investigación                         | 7       |
| <br>   |         |
| <b>CAPÍTULO</b>  |         |
| <b>II MARCO TEÓRICO</b>  |         |
| 2.1. Antecedentes de la Investigación                          | 9       |
| 2.2. Bases Teóricas  | 13      |
| 2.3. Definición de Términos Básicos                            | 16      |
| <br>   |         |
| <b>CAPÍTULO</b>  |         |
| <b>III METODOLOGÍA</b>   |         |
| 3.1. Tipo y Nivel de la Investigación                          | 18      |
| 3.2. Fases Metodológicas                                       | 18      |
| 3.2.1. Fase I: Diagnóstico de la situación actual              | 18      |
| 3.2.2. Fase II: Identificación de las debilidades y fortalezas | 19      |
| 3.2.3. Fase III: Diseño de un estrategias de control interno   | 20      |
| <br>   |         |
| <b>CAPÍTULO</b>  |         |
| <b>IV RESULTADOS</b>   |         |
| 4.1 Análisis de los Resultados                                 | 21      |
| <br>   |         |
| <b>CAPITULO</b>  |         |
| <b>V PROPUESTA</b>   |         |
| 5.1. Introduccion  | 32      |
| 5.2. Objetivos de la Propuesta.                                | 33      |
| 5.3. Desarrollo de la Propuesta.                               | 34      |
| <br>   |         |
| <b>CONCLUSIONES</b>  | 40      |
| <b>RECOMENDACIONES</b>   | 41      |
| <b>REFERENCIAS</b>   | 42      |

## INDICE DE CUADROS

|   | Pp. |
|---|-----|
| Cuadro N°1. Relación armoniosa                    | 22  |
| Cuadro N° 2. Habilidades, Aptitudes y Destrezas   | 23  |
| Cuadro N°3. Reconocimiento                        | 24  |
| Cuadro N°4. Programa Motivacionales no monetarios | 24  |
| Cuadro N°5 Capacitación Profesionalmente.         | 26  |
| Cuadro N°6. Personal Motivado.                    | 27  |
| Cuadro N°7. Estrategias Motivacionales            | 28  |
| Cuadro8. Observación Directa                      | 30  |

## LISTA DE GRÁFICOS

| <b>GRÁFICO</b>  | <b>pp.</b> |
|---|------------|
| 1. Registro oportuno de las operaciones.              | 31         |
| 2. Uso de un auxiliar de cuentas por pagar.           | 32         |
| 3. Planificación de pago semanal.                     | 33         |
| 4. Facturas no registradas.                           | 34         |
| 5. Pago de facturas sin soporte original.             | 35         |
| 6. Verificación del cumplimiento de deberes formales. | 36         |
| 7. Comunicación del proveedor del pago.               | 37         |
| 8. Conciliaciones bancarias.                          | 38         |
| 9. Emisión de reportes para verificación.             | 39         |
| 10. Optimizar los procesos mediante estrategias.      | 40         |

## **DEDICATORIA**

Este Triunfo quiero dedicarlo primeramente a DIOS, por siempre permanecer a mi lado y guiarme en cada una de las etapas recorridas para la culminación de esta meta.

A mis padres José Antonio Guillen Y Yadira Guillen , por ser los guías incondicionales que orientaron, me educaron y me formaron, con sus excelente valores, bríndame ejemplos de responsabilidad y constancia, los que siempre me apoyaron y creyeron en mi , los amo mucho.

A Venezuela, país que me vio Nacer, el cual apuesto todos los días por él , y sin duda quiero formar parte del cambio que todos queremos vivir .

A la empresa PINTURAS LAS FERIAS CA por prestarme apoyo para desarrollar el presente proyecto y a todas las personas e instituciones que de alguna manera u otra me apoyaron para la elaboración de mi informe final.

A todos ellos Gracias por su apoyo incondicional.

**Josedira Guillen**

## **DEDICATORIA**

Ante todo primeramente Dios, quiero colocar a tus pies este humilde éxito por guiar cada paso que doy en mi vida

Llamarte madre te queda corto, decirte amiga te queda pequeño, decirte hermosa no me alcanza... y es que mirarte Mama es como mirar un Ángel y quiero darte las gracias dedicándote este logro. Te amo mama y para ti es todo lo que hago

Quiero dedicar también este éxito a mi princesa, mi primogénita, mi hija bella a quien amo con toda el alma, para ti este esfuerzo

A todos Gracias por su apoyo

**Aroldo Marín**

## **AGRADECIMIENTOS**

Le Agradezco principalmente a DIOS por darme la fuerza y el ímpetu necesario para salir adelante y cumplir esta meta tan anhelada en mi vida.

A Mi madre Yadira Guillen por ser mi guía y mi apoyo incondicional mi ejemplos de constancia y responsabilidad y mi gran maestra para ser mejor persona cada día creciendo tanto personal como profesionalmente. Este objetivo es gracias a ella, es lo más grande que Dios me dio, es mi ejemplo de vida.

A mis tíos Yuleiva Guillen, Cenobia Guillen, Yarami Guillen, Yadvir Guillen por haberme apoyado en cada una de las etapas, que constituyen este exitoso triunfo los amo.

A mi tía Eleomairy Maestre por estar siempre a mi lado apoyándome y aconsejándome como una madre, gracias a ella esta meta se hacer realidad, te adoro

A mi Novio Manolo Roberto por préstame su apoyo a lo largo de este camino, el cual recorrimos juntos, Como compañeros de Clases, Novios, esposos, TeAmo.

A mis Suegros Manolo Roberto y Fanny Magallanes por estar apoyándome siempre como unos padres, los amo

A mi Tutor Ada Colmenares por su invaluable apoyo y colaboración para la realización de este trabajo de grado, Porque su apoyo académico fue necesario para la culminación de este Triunfo.

A todos los Profesores De la Universidad José Antonio Páez, Por transmitirme sus respetuosos conocimientos, y ser parte fundamental para la culminación de maravilloso triunfo

A mis compañeras de clases que siempre estuvieron allí, Maybert Rodríguez y Gabriela Herrera cuando más los necesitaba porque sin Duda formaron parte de mi preparación académica, se les quiere colegas.

A la Universidad José Antonio Páez, por permitirme cursar mis estudios en dicha institución de prestigio y también ofrecerme cada día, aquellos conocimientos de manera profesional y personal, dieron un giro importante en mi vida a nivel personal, académico, profesional y cultural.

A la empresa Pinturas Las Ferias CA por prestarme apoyo para desarrollar el presente proyecto y ser ojos de mi desarrollo profesional a lo largo de mi carrera.

**Josedira Guillen**

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco primeramente a Dios por permitirme culminar con éxito este trabajo de grado.

Para la persona que es y siempre será mi apoyo incondicional, para ti madre Mireya Silva, por estar siempre cuando te necesito.

Mi hija Daniela Valentina Marín que es mi motor, mi impulso, quien me da la fuerza suficiente para continuar culminando las metas que me propongo.

Agradezco enormemente a mis hermanos Andreina Aguiar, Eduardo Marín, Carlos Fernández, quienes con cada palabra de aliento me enseñaron el verdadero valor de la familia.

A mi tutora Ada Colmenares por la paciencia dedicada en apoyarme para la elaboración de este trabajo de grado.

A una persona muy especial para mí, a quien le agradezco su compañía durante toda mi carrera Greidy Chacón, gracias por siempre estar ahí para mí.

A mi jefe, futuro colega y amigo Harry Carles por entenderme, apoyarme y aconsejarme en los momentos difíciles de mi carrera.

Les agradezco a mis tíos Anibal Silva y Luz de Silva Carmen Sánchez por apoyarme como unos padres y siempre estar para mí cuando lo he necesitado.

Agradezco a mis amigos Luis Contreras, Leonardo de Freitas y Alexka Delgado, por su compañerismo, apoyo y amistad sincera que me han demostrado durante tanto tiempo.

A mis profesores Universitarios por darme todas las herramientas necesarias para convertirme en un profesional completo.

**Aroldo Marín**



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA RELACIONES INDUSTRIALES  
CARRERA RELACIONES INDUSTRIALES**

**ESTRATEGIAS MOTIVACIONALES Y SU IMPACTO EN LA CONDUCTA  
DEL PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS DE LA EMPRESA  
PINTURAS LAS FERIAS C, A.**

**San Diego, Diciembre Del 2018.**

**Autores: Guillen Josedira**

**Marín Aroldo**

**Tutora:Lcda. Ada Colmenarez**

**RESUMEN INFORMATIVO**

La presente investigación tiene como objeto principal Proponer estrategias motivacionales que logren un impacto en la Conducta del personal del Departamento de ventas de la empresa PINTURAS LAS FERIAS C, A. Es importante destacar, que se ha observado que la disminución en las ventas puede afectar el comportamiento de los empleados debido a que se evidencia falta de motivación en realizar sus labores. Así, como la poca participación del empleado en la toma de decisiones relacionadas con la optimización de las ventas y en asumir los retos organizacionales lo que ha provocado preocupación por parte de la gerencia. La investigación se ubica en, la modalidad de proyecto factible. Debido a que los investigadores se encuentran en el lugar donde ocurre el problema, se busca apoyo en una investigación de campo. La población seleccionada para esta investigación está constituida por su totalidad, de cinco (5) personas, es decir, el 100% de los empleados que laboran en el departamento de ventas. En este caso de estudio no se amerita realizar la extracción de una parte de la población, ya que la misma tiene un número manejable por la investigadora y todos sus integrantes al momento de tomar datos son necesarios para esta investigación. Asimismo, se utilizaron algunas técnicas e instrumentos que permitan recolectar la información. En ese caso, se empleó la técnica de la observación directa. Por otra parte, se aplicara una encuesta. Toda técnica, como la encuesta tiene un instrumento, el usado en particular es el cuestionario formado por siete (07) ítems. Se concluye, que la empresa carece de estrategias motivacionales lo cual se determinó a través de la observación directa con los cual se apreciaron los aspectos buenos, regulares y malos asociados con factores que pueden generar el desinterés del personal en el cumplimiento de sus labores.

**Descriptor:** Motivación, Comportamiento, Actitudes, Factores motivacionales, Necesidades.

## INTRODUCCION

Es importante mencionar, que el talento humano es un elemento necesario para las organizaciones pues impulsan el logro de sus objetivos. De allí, que la motivación representa un fenómeno humano universal de gran transcendencia para los individuos en el ámbito laboral; por lo tanto se han generado una serie de teorías orientadas al estudio de su comportamiento y determinación de sus necesidades con el propósito de lograr un mayor nivel de satisfacción, desarrollando al máximo las capacidades y el desempeño de las funciones del recurso humano. En tal sentido, se debe pensar ¿Qué se puede hacer para estimular a los individuos y a los grupos a dar lo mejor de ellos mismos?

Cabe señalar, que la motivación representa la acción de fuerzas activas o impulsoras que involucra necesidades, deseos, tensiones y expectativas. Esto implica que existe algún desequilibrio o insatisfacción dentro de la relación existente entre el individuo y el ambiente de trabajo. Para ello, la conducta motivada requiere de la voluntad de ciertos componentes tales como: una necesidad, que son los anhelos de satisfacer alguna carencia o desequilibrio fisiológico. El estímulo, es todo agente concreto o simbólico que al actuar sobre el organismo y ser percibido se interioriza, puede darse o estar en el ambiente o dentro del mismo organismo. Un impulso, es el estado resultante de la necesidad fisiológica o un deseo general de lograr una meta. Por esta razón, las empresas deben prestar suficientes atención al hecho de motivar al personal y lograr un ambiente de trabajo que favorezca la satisfacción del mismo. A tal efecto, la presente investigación se estructuró bajo el siguiente esquema de trabajo:

**Capítulo I:** El problema donde se incluye planteamiento del problema, formulación del mismo, también su objetivo general y específicos con su respectiva justificación.

**Capítulo II:** El Marco teórico, en el cual se destacan antecedentes de la investigación, las bases teóricas, bases legales y la definición de términos básicos.

**Capítulo III:** El Marco metodológico que presenta el tipo de investigación, el diseño y las fases metodológicas.

**Capítulo IV:** Resultados de la investigación donde se encuentran tabulados y graficados la información recolectada.

**Capítulo V:** Llamado la propuesta, el cual la estructura de la misma. Y por último, las referencias bibliográfica

# CAPÍTULO I

## EL PROBLEMA

### 1.1 Planteamiento del Problema

Hoy día, las organizaciones públicas y privadas a nivel mundial, nacional requieren de tres recursos básicos: recursos materiales, recursos técnicos y recursos humanos para alcanzar tanto las metas como los objetivos trazados. De allí, que para el desarrollo de la organización el factor humano es indispensable debido a que conforman un grupo de personas que entregan su trabajo, talento y creatividad para el logro de los objetivos ellos son los agentes pensantes capaces de proponer mejoras en los procesos. En base a esto, surge la motivación como un concepto que abarca un conjunto de estímulos que mueven a la persona a realizar determinadas conductas y persistir en ellas para su culminación. Este término está relacionado con la voluntad y el interés.

De modo, que la motivación para el desempeño laboral refleja los valores, actitudes y creencias de los miembros de la organización constituyendo así la personalidad de la misma. Siendo la motivación según, Chiavenato (2007: 135), “la voluntad de ejercer un esfuerzo persistente y de alto nivel a favor de las metas de la organización, donde el hombre es considerado un animal complejo”. En este sentido, se considera que el individuo está dotado de necesidades complejas y diferenciadas; las cuales orientan y dinamizan el comportamiento o conducta en dirección a ciertos objetivos que conllevan a resultados los cuales pueden ser negativos o favorables.

Debe indicarse, que la motivación tiene que ver con las razones que subyacen a una conducta. Tales razones, como señala Robbins (2014):

Pueden ser analizadas al menos en dos niveles: por una parte, preguntando por qué un individuo exhibe ciertas manifestaciones conductuales; por otra parte, preguntando cómo se llevan a cabo tales manifestaciones conductuales. La explicación de la conducta en términos de los mecanismos

motivacionales referidos al porqué tiene que ver con la causa última, mientras que la explicación en términos referidos al cómo tiene que ver con la causa próxima. Es un aspecto de interés, ya que el porqué de una conducta, esto es, la motivación, ha de tener connotaciones funcionales y adaptativas: tiene que haber buenas razones para la ocurrencia de esa conducta del modo en el que se produce y en las situaciones en las que ocurre. (p.185).

En tal sentido, existen algunos estímulos ambientales que pueden provocar una respuesta involuntaria en un individuo, apreciándose como la intensidad de la respuesta, la cual es proporcional a la intensidad del estímulo. En estos casos, la medida en la que un individuo es activado representa la medida en la que se siente motivado. En cambio, en lo que respecta a la conducta voluntaria, puede ocurrir de forma inmediata tras la aparición de un estímulo externo o ambiental, o por el contrario, cabe la posibilidad de que ocurra después de un determinado tiempo. También se puede producir la conducta motivada en un individuo como consecuencia de algunos estímulos internos, que adquieren connotaciones psicológicas, tales como los impulsos, las necesidades, los deseos.

Es importante destacar, que la motivación como factor determinante en la conducta de los individuos en las organizaciones ha marcado una pauta importante debido a que la eficiencia con que se cumplan las funciones asignadas a éstos, va a depender del grado de motivación que tengan para desempeñarse laboralmente y de esta manera lograr los objetivos y metas que se plantean las organizaciones, por lo tanto, las estrategias motivacionales son los que canalizan, provocan y sustentan la conducta de las personas para desempeñar sus funciones.

Del mismo modo, que la motivación está constituida por todos los factores capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo, hoy en día es un elemento importante en la administración del personal por ello se requiere de conocerlo y más que ello dominarlo; solo así la empresa estará en condiciones de formar una cultura organizacional sólida y confiable. Por ello, es importante destacar

que un personal altamente motivado puede lograr que la conducta se represente a través del rendimiento siendo fructífero para el crecimiento de la organización; en consecuencia, el desempeño laboral que tengan los trabajadores dependerá la productividad y éxito de la organización. Según, Melinkoff (2010), expresa:

Para que una empresa funcione de manera eficiente y logre así todas sus metas; debe existir una política de recursos humanos que sea capaz de promover un adecuado ambiente de trabajo en la que el personal se sienta más motivado hacia el logro hacia el logro de sus actividades y predomine un clima organizacional satisfactorio. (p.67).

En este sentido, las instituciones públicas y del sector empresarial privado del estado venezolano deben reorganizar los procesos internos en función de una mejor operatividad. Todo ello, es posible propiciando una constante motivación laboral del talento humano, por el hecho de ser los responsables de llevar acabo la mayor de los procedimientos que se requieren para la obtención de una mayor rentabilidad y productividad. En virtud de esto, se debe mencionar, el caso de la empresa Pinturas Las Ferias C, A específicamente en el departamento de ventas donde la conducta de las persona que laboran allí, hace referencia a lo que los “vendedores hacen” es decir, las actividades o tareas a las que dedican sus esfuerzos. Dentro de estas se incluyen las visitas a los clientes, elaboración de cotizaciones, recibimiento y gestión de órdenes de compra, preparación de presentaciones de ventas, comunicaciones de seguimiento con clientes entre otros.

Es importante destacar, que se ha observado que la disminución en las ventas puede afectar el comportamiento de los empleados debido a que se evidencia falta de motivación en realizar sus labores. Así, como la poca participación del empleado en la toma de decisiones relacionadas con la optimización de las ventas y en asumir los retos organizacionales lo que ha provocado preocupación por parte de la gerencia. En algunos casos, la actitud de los mismos se ha vuelto apática, no cumplen con las metas diarias y esto ha mermado la eficacia de los procesos. Debe indicarse, que dicha situación es consecuencia, de que en la empresa se evidencia la ausencia de

incentivos que logren motivar al personal y que de una u otra forma les incentive a hacerlo de la mejor manera para obtener un mayor rendimiento en su trabajo.

De modo, que la situación país se ha convertido en un factor determinante que influye en la conducta del personal debido a que se viene presentando una serie de inconvenientes con ellos, donde la situación se traduce en inasistencias, impuntualidad, irritabilidad en sus temperamentos, conflictividad laboral entre compañeros, quejas hacia el personal y bajo rendimiento en sus labores diarias. Por lo que es necesario realizar una propuesta que busque minimizar dicho problema.

## **1.2 Formulación del Problema**

¿Cuál será el impacto que tendría en la conducta del personal del departamento de ventas de la empresa PINTURAS LAS FERIAS C, A las estrategias motivacionales?

## **1.3 Objetivos de la Investigación**

### **1.3.1 Objetivo General**

Proponer estrategias motivacionales que logren un impacto en la Conducta del personal del Departamento de ventas de la empresa PINTURAS LAS FERIAS C, A.

### **1.3.2Objetivos Específicos**

- Ø Diagnosticar la situación actual en relación a la conducta del personal del departamento de ventas de la empresa PINTURAS LAS FERIAS C, A.
- Ø Determinar los factores motivacionales que influyen en la conducta del personal del departamento de ventas de la empresa PINTURAS LAS FERIAS C, A.
- Ø Diseñar las estrategias motivacionales que logren un impacto en la conducta del personal del departamento de ventas de la empresa PINTURAS LAS FERIAS C, A.

#### **1.4 Justificación de la Investigación**

Un personal motivado es de suma importancia para el logro de la excelencia de la organización. Para ello, la gerencia debe valerse de todas las herramientas para alcanzar el máximo de satisfacción, alegría y motivación en el trabajo que asegure la óptima ejecución de las tareas. De allí, que un empleado motivado cumplirá con calidad el rol que ejerce en la organización beneficiando de esta manera al servicio que presta a través de la eficacia en las labores que desempeña, objetivos y metas definidas, actitud positiva frente al cambio, entre otros.

La importancia de la presente investigación se basa en que los resultados obtenidos podrían contribuir a solucionar la problemática que se presenta en la empresa objeto de estudio en relación a estrategias motivacionales que logren un impacto en la Conducta del personal del Departamento de ventas. También, podrían servir como una herramienta que al aplicarse, contribuya a eliminar las situaciones adversas que no le permiten a la organización solidificar un proceso de expansión y crecimiento y al personal crear un vínculo de fidelidad que garantice la calidad del servicio que presta.

De esta manera el presente estudio se justifica a través de tres ámbitos el social, teórico y académico. Desde el punto de vista social se busca la obtención de una mejor unidad acorde a las exigencias de los clientes permitiendo que predomine el trato cordial y efectivo, la utilización de mejores métodos de atención y en fin una búsqueda de la excelencia organizacional. Por lo tanto, con el desarrollo de esta investigación se busca optimizar el funcionamiento de la organización a fin de aumentar la efectividad en los resultados y logros del personal.

En lo que respecta, al ámbito teórico la investigación propuesta busca mediante la aplicación de las teorías y conceptos básicos de motivación encontrar explicaciones a situaciones ligadas al comportamiento o conducta que afecten el contexto labora. Y para finalizar, desde el ámbito académico servirá como antecedentes para futuros estudios que se realicen por otros autores y que guarden relación con la temática

sirviendo además de un aporte a los investigadores para incrementar sus conocimientos académicos y profesionales para el desarrollo en el campo laboral, ya que el mismo se encuentra enmarcado bajo las líneas de investigación mantenimiento de recursos humanos, en la temática sistema de motivación establecido por la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad José Antonio Páez.

## CAPITULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes de la Investigación

El presente estudio ha sido desarrollado tomando en cuenta una serie de antecedentes que han sido útiles para reforzar y comparar los aspectos fundamentales planteados. Uno de estos antecedentes es el trabajo realizado por Leones y Méndez (2016), **titulado Diseño de Estrategias Motivacionales en el personal del departamento de ventas de la empresa PAVECA C.A** presentada en la Universidad Nueva Esparta para optar al título de Licenciado en Relaciones Industriales. El objetivo general del presente trabajo es diseñar procedimientos organizacionales que mejoran los procesos de motivación del personal perteneciente al departamento de ventas.

En la referida investigación se utilizó un formato metodológico de campo para obtener la información relacionada con la motivación orientada a mejorar el desempeño de los trabajadores con fundamento en los datos obtenidos a través de distintos instrumentos como encuestas, cuestionarios y entrevistas. Cabe señalar, que esta investigación sirvió de apoyo para la presente investigación debido a que en ella se plantea de forma clara la relación existente entre el clima organizacional y la motivación de los empleados. De qué manera, este influye en el desarrollo de los diferentes niveles de satisfacción de cada empleado para mejorar su nivel de rendimiento y como las empresas pueden mejorar los procesos motivacionales a través de la mejora del clima organizacional. De igual forma, contribuyo en el aporte de información relacionado a las estrategias motivacionales.

Asimismo, Noj (2015), quien realizo en su tesis de grado una investigación con nombre: **"La Efectividad de un Programa de Motivación a los vendedores para incrementar las ventas del almacén de electrodomésticos de Mazatenango,**

**Suchitepéquez”** En la sede regional de Retalhuleu, Guatemala, Para la Universidad Rafael Landívar, señala según la opinión de los colaboradores, que estos están más motivados debido al resultado del estudio realizado y a los reconocimientos que le fueron otorgados por su desempeño laboral. Para obtener los resultados de esta investigación de tipo Descriptiva comparativa se utilizó, la población total del departamento de venta, el cual está conformado por 30 colaboradores de sexo masculino y femenino comprendidas en las edades 20 a 35 años.

El instrumento que se utilizó fue el Test de Motivación que comprende de 29 preguntas con 3 opciones de respuesta. Con esta investigación se concluyó que existe una relación Significativa positiva alta en la motivación para los colaboradores de la empresa de electrodoméstico de línea blanca del departamento de Suchitepéquez porque los factores de motivación, seguridad, prestaciones, ambiente laboral, aspiraciones personales e importancia en el trabajo. Se recomiendo que el programa de motivación lo realicen semestral dentro de la empresa, para que los colaboradores estén motivados y este se refleje en el aumento de las ventas ya con esa manera se lleva el éxito de la empresa.

Con lo antes expuesto se puede notar que este trabajo se relaciona con la investigación en curso debido a que la premisa clave y el eje de la investigación es la motivación y su incidencia en el desempeño laboral; esta autora demuestra que la motivación dependiendo de su intensidad va a influir significativamente en los resultados de productividad por parte de los empleados, ya que esta resulta un factor muy importante en el desempeño laboral, por tal motivo, El desempeño laboral es la piedra angular para desarrollar la efectividad y el éxito de la compañía. Por ello, hay un interés de las entidades por mejorar el desempeño a diario y minimizar las dificultades en el trabajo motivando a los empleados que hacen vida en la organización.

Por otro lado, Robert y Cervelion (2015), en su: propuesta de **“Estrategias Motivacionales para la Fuerza de Ventas de la empresa PEPSI-COLA**

**Venezuela C.A**” agencia Puerto Cabello para la universidad de Carabobo, tiene por objetivo diseñar estrategias motivacionales a fin de impulsar la productividad laboral de la fuerza de ventas en la empresa. En cuanto a la metodología, el estudio se realizó bajo el diseño de la investigación no experimental, tipo de campo con soporte documental, de nivel descriptivo, transversal y proyectivo de modo factible. La población fue de tipo finita y estuvo representada por trece (13) personas, siendo la muestra tipo censal por lo tanto, se tomó la población absoluta.

La técnica de recolección de datos fue la encuesta y se aplicó un cuestionario como instrumento, el mismo estaba constituido por doce (12) ítems de respuestas cerradas de tipo dicotómicas. Los datos fueron analizados haciendo uso de la estadística descriptiva. Los resultados arrojaron las causas de desmotivación existentes en la situación actual, por lo que genera que el desempeño de los vendedores no se realice de manera óptima. En consecuencia, se elaboró un programa de estrategias motivacionales basado en la Teoría de las Necesidades Aprendidas de David Mc Clelland, con el fin de minimizar la problemática planteada.

Esta propuesta se relaciona con la investigación en curso ya que su enfoque va dirigido a crear e implantar estrategias de tipo motivacional para impulsar la productividad de las ventas en la organización, así pues, sus autores ratifican la idea de que las organizaciones necesitan de recursos humanos para que funcionen de forma adecuada, y si el fin es que funcionen de manera excelente, este personal debe estar motivado. Por ello, es que las empresas deben concientizarse e invertir periódicamente en la motivación del personal.

Por su lado, Colmenares (2015), realizó un estudio titulado **Las Necesidades Motivacionales como un Factor Clave en el Rendimiento Laboral del Personal Administrativo de la Clínica Venezuela**, Universidad de Carabobo con el objetivo de indagar sobre las necesidades que posee el empleado de esa institución. Trabajo de Grado presentado en la Escuela de Relaciones Industriales de la Universidad de Carabobo, para obtener el título de Licenciado en Relaciones Industriales.

La investigación fue de carácter descriptivo bajo un diseño de campo y concluyó que existe un problema de desempeño, por faltas de motivación en la organización; debido a que el interés del empleado es que la clínica cubra las necesidades de reconocimiento y aprobación por el trabajo que realiza. Se recomienda aplicar el principio de equidad entre un trabajo bien realizado, asistencia, responsabilidad y puntualidad a través de ascensos; igualmente, colocar un buzón de sugerencias para que los empleados depositen sus opiniones e inquietudes. Todo esto como una forma de mantener al personal motivado.

En esta investigación se demuestra lo fundamental que puede ser la motivación laboral, para propiciar un ambiente de satisfacción donde se les ofrezca a los trabajadores incentivos que mejoren sus desempeños. Referencia que es propicia para los objetivos que ocupa la presente investigación.

Y para finalizar, Vergueta (2014), realizó una investigación presentada a la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, para optar al título de Licenciada en Relaciones Industriales; titulada, **La Motivación Laboral y su Relación con el Desempeño de los Trabajadores** Universidad de Carabobo, cuyo objetivo fue determinar las motivaciones que impulsan al trabajador, a un mejor desempeño en su área laboral.

La investigación se ubicó en el tipo exploratorio, apoyada en un trabajo de campo; concluyó que la organización enfrenta en ese momento, grandes cambios y retos, uno de los cuales es ir mejorando para así adaptarse a las exigencias y necesidades del entorno; esto conllevó a recomendar hacer un estudio y conocer la conducta de cada uno de sus trabajadores, debido a que ésta es la parte fundamental e inicial para estar informado sobre el comportamiento de los trabajadores y el porqué de sus acciones. Así ellos estarán motivados por los incentivos que los impulsan a un mejor desempeño laboral. Se extrae de esta investigación la conveniencia de utilizar estrategias motivacionales para fomentar en los trabajadores el interés por sus ocupaciones.

## **2.2 Bases Teóricas**

Arias (2006:14), define las bases o fundamentación teórica como el conjunto de conceptos y proposiciones que constituyen un punto de vista o enfoque determinado, dirigido a explicar el fenómeno o problema planteado. El basamento teórico de esta investigación tuvo como tarea fundamental para su desarrollo, la revisión de teorías relacionadas con las estrategias, la motivación y la conducta.

### **2.2.1 Estrategias**

Dantes (2005:12), en la revista de Administración de Empresas explica que: “una estrategia es el conjunto de acciones implementadas en un contexto determinado con el objeto de lograr un fin propuesto.” Asimismo, una estrategia se compone de una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados posibles. La estrategia está orientada a alcanzar un objetivo siguiendo una pauta de actuación. Y comprende una serie de tácticas que son medidas más concretas para conseguir uno o varios objetivos.

### **2.2.2 Estrategias Motivacionales**

En los escenarios empresariales de la actualidad cada vez de mayor competitividad, un personal altamente motivado resulta indispensable y necesario para toda organización que desee obtener resultados satisfactorios. En consecuencia, la gerencia de recursos humanos debe desarrollar habilidades para motivar a su personal. Además, es preciso que asimilen las técnicas más importantes de motivación desde analizar sus necesidades hasta identificar iniciativas e implementar una formación variada e interesante para incrementar la satisfacción intrínseca en el trabajo. Cárdenas (2010), menciona algunas razones para motivar a un personal a un personal se tienen:

- Porque quien es motivador se convierte en una persona significativa y digna de confianza.
- Porque aumentan la capacidad para influir en el cambio y reducir la resistencia que se derivan en los cambios inevitables en la organización.

- Porque suscita sentido de la autoeficacia, autocontrol y contribuye a aumentar la autoestima y reducir el sentimiento de desmoralización e indefensión.
- Porque da información útil a los demás sobre sus puntos débiles.
- Porque cambia el clima total de la organización ayuda al cambio de la cultura organizacional y tiene un valor de ejemplaridad. (p.501).

De manera, que las estrategias motivacionales se inician con aprender a influir en el comportamiento de las personas, cuando los líderes hayan comprendido esta realidad tal vez puedan obtener los resultados deseados tanto por la organización así como también por los miembros de la estructura informal de la misma.

### **2.2.3 La Motivación**

Según, Robbins (2014:112) la definen como: “la disposición para desarrollar altos niveles de esfuerzos a fin de lograr las metas organizacionales, conociéndolas por la capacidad de esfuerzos por satisfacer algunas necesidades individuales”. En este sentido, la motivación está referida a estados internos de la persona la cual hace que gire su comportamiento hacia fines comunes, encaminados hacia la satisfacción de necesidades desarrollando impulsos motivacionales producto del contexto en que se encuentre.

### **2.2.3 Teorías Sobre las Motivaciones:**

Son numerosos las teorías que sobre la motivación se han desarrollado, todas de alguna manera responden a las necesidades de las personas, tomando en cuenta como patrones de referencia, en primer lugar su entorno y en segundo las circunstancias y los hechos que han influido en los autores. Entre las principales teorías sobre la motivación están:

#### **Jerarquía de las Necesidades de Maslow: (1945)**

El psicólogo estadounidense Abraham Maslow diseñó una jerarquía motivacional en cinco niveles que, según él, explicaban la determinación del comportamiento humano. Este orden de necesidades sería el siguiente: (1)

fisiológicas, (2) de seguridad, (3) amor y sentimientos de pertenencia, (4) prestigio, competencia y estimas sociales, (5) autorrealización.

### **Teoría de las Motivaciones Sociales de Mc Clelland:**

McClellan (1953), basa su teoría en un modelo de necesidades aprendidas que guían a la gente y distingue entre dos valores afectivos y su medio situacional: uno se refiere a la expectativa en virtud de experiencias anteriores activadas por las características de la situación (situación potencial, teórica) y el otro a la situación de momento (situación actual, real). Si los valores afectivos activados son positivos, surge un comportamiento de aproximación; si son negativos, de evitación.

### **Teoría del Establecimiento de Metas:**

Esta teoría señala que las personas poseen metas conscientes que las llenan de fuerza y que orientan sus pensamientos y actitudes hacia un determinado fin. Para Locke (1968) Citado por Guillén (2000: 202), concluye: que las relaciones entre las metas y el nivel de ejecución lleva a un mejor rendimiento:

- a) Las metas concretas que las inespecíficas.
- b) las metas difíciles, una vez aceptada que las fáciles.
- c) la inexistencia de retroalimentación, sobre todo si está generada por la propia persona, que su ausencia.

Esto quiere decir, que el individuo al proponerse una meta, la misma constituye un método favorable tanto para él, como para la organización, ya que conlleva a un mejor trabajo en equipo y por ende un buen desempeño.

### **Teorías de Proceso**

Según Vélaz (2005:149): “las teorías orientadas al proceso se interesan por las variables que permiten explicar el surgimiento, la dirección y el cambio de conducta” En otras palabras, describen, explican y analizan como se desencadena, dirige, sostiene y detiene el comportamiento.

#### **2.2.4 La Conducta**

Alles (2011: 214) la define como: “el conjunto de operaciones, materiales o simbólicas, mediante las que un organismo en situación tiende a realizar sus posibilidades y a reducir las tensiones que amenazan su unidad y lo motivan”. Cuando hablamos de conducta nos referimos a la manera de comportarse una persona en una situación determinada o en general. De manera, que las situaciones externas en el ambiente así como problemas familiares, económicos o personales puedan afectar física o emocionalmente y traer como consecuencia cambios de conducta en el individuo; pero también es posible que situaciones incómodas, estresantes, injustas o discriminatorias dentro de un ambiente afecten a las personas que pertenecen a un grupo de trabajo e incidan en su conducta dentro de la organización.

#### **2.3. Definición de Términos Básicos**

**Actitud:** posición que una persona adopta ante los estímulos externos o internos. La actitud puede condicionarse por las experiencias favorables que se reciban, y así provocar una posición positiva hacia el trabajo y hacia las personas con quienes se está en contacto.

**Clientes:** son las personas que reciben el servicio por parte del personal de la organización. Es el factor clave de las organizaciones.

**Compromiso:** es una decisión personal (de cada empleado). Que implica ir más allá de cumplir la obligación laboral, y resulta de gran beneficio para las organizaciones.

**Clima Organizacional:** es la expresión de las percepciones o interpretaciones que el individuo hace del ambiente interno de la organización en la cual la participa, es un concepto multidimensional que incorpora dimensiones relativas a la estructura y a las reglas de la organización sobre procesos y relaciones interpersonales y como las metas de la organización son alcanzadas.

**Desempeño laboral:** es el nivel de rendimiento demostrado por el trabajador en la ejecución de sus tareas diarias dentro de la empresa.

**Desmotivación:** es la falta de motivos para realizar una acción determinada.

**Eficiencia:** la habilidad para minimizar el uso de recursos para alcanzar los objetivos organizacionales, hacer bien las cosas.

**Incentivos:** el objetivo de los incentivos es motivar a los trabajadores de una empresa para que su desempeño sea mayor en aquellas actividades realizadas, que quizás esto no sea motivo suficiente para realizar dichas actividades con los sistemas de compensación tales como el pago por horas, por antigüedad o ambos.

**Necesidad:** requerimientos del trabajador para su subsistencia y lograr un nivel de vida cónsone con su dignidad humana. Existen tres tipos de necesidades: naturales, adquiridas y mixtas.

**Productividad:** es aquella que nos indica los resultados de la eficiencia y la efectividad de algún plan determinado.

**Satisfacción laboral:** el sentimiento de agrado o positivo que experimenta un sujeto por el hecho de realizar un trabajo que le interesa, en un ambiente en el que está a gusto, dentro del ámbito de una empresa u organización que le resulta atractiva y por el que percibe una serie de compensaciones psico-socio-económicas no acordes con sus expectativas.

**Ventas:** es una acción que se genera de dar un bien o servicio a cambio de dinero.

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 Tipo de la Investigación:**

La investigación se ubica en, la modalidad de proyecto factible, según el Manual de elaboración de trabajos de grado de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador UPEL; (2009:7), define el proyecto factible como: “la elaboración de una propuesta o de un modelo operativo viable, para aportar una solución posible a un problema de tipo práctico para satisfacer las necesidades de un grupo social.”

#### **3.2 Diseño de la Investigación**

El diseño de la investigación es la estrategia que adopte el investigador para solucionar el problema en cuestión. Debido a que el investigador se encuentra en el lugar donde ocurre el problema, se busca apoyo en una investigación de campo. En tal sentido Arias (2006:48), señala: “la investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna.”

#### **3.3 Fases Metodológicas**

Méndez (2008:98), menciona que: “se refiere al modo de ejecutar determinadas acciones que suelen realizarse de la misma forma, con una serie común de pasos definidos que permiten realizar un trabajo, investigación o estudio se puede aplicar a cualquier empresa”. En la presente investigación se realiza a través de tres (3) fases.

**3.3.1. Fase I: Diagnóstico de la situación actual en relación a la conducta del personal del departamento de ventas de la empresa PINTURAS LAS FERIAS C, A.** Para realizar el diagnóstico se hace necesario en primer lugar elegir cual será la población a la cual va a estar dirigido dicho diagnóstico. Al respecto, Ramírez (2007:132), define la población como: “la totalidad del fenómeno a estudiar en donde

las unidades de la población posee una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación.” La población seleccionada para esta investigación está constituida por su totalidad, de cinco (5) personas, es decir, el 100% de los empleados que laboran en el departamento de ventas en la empresa Pinturas las Ferias C.A.

En relación, a la muestra Morales (2007:110), la define como: “el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinados caracteres en la totalidad de una población, universo o colectivo, partiendo de una fracción de la población.” De acuerdo a lo expuesto anteriormente en este caso de estudio no se amerita realizar la extracción de una parte de la población, ya que la misma tiene un número manejable por la investigadora y todos sus integrantes al momento de tomar datos son necesarios para esta investigación.

Al mismo tiempo, es pertinente utilizar algunas técnicas e instrumentos que permitan recolectar la información. Como técnica se aplicó una encuesta como lo expresa Hernández (2010:56), la encuesta: “trata de requerir información de un grupo socialmente significativo de personas acerca de los problemas en estudio, extrayendo las conclusiones que se corresponde con los datos recogidos.” Toda técnica, como la encuesta tiene un instrumento, el usado en particular es el cuestionario. Para Sabino (2006:32), este es: “una lista de preguntas que pueden administradas por escrito.”

**3.3.2 Fase II. Determinación de los factores motivacionales que influyen en la conducta del personal del departamento de ventas de la empresa PINTURAS LAS FERIAS C, A.** Para la realización de esta fase, se empleó la técnica de la observación directa la cual según Morales (2007:98), afirma: “es aquella en que el investigador observa directamente los casos o individuos en los cuales se produce el fenómeno estando en contacto con ellos.” De manera, que mediante esta técnica se recopiló elementos y hechos correspondientes a la conducta de las personas.

**3.3.3 Fase III. Diseño de las estrategias motivacionales que logren un impacto en la conducta del personal del departamento de ventas de la empresa PINTURAS LAS FERIAS C, A.** En esta fase se encuentra la estructura de la propuesta de las estrategias motivacionales. La cual se encuentra constituida por los siguientes aspectos:

- Ü Presentación de la propuesta
- Ü Desarrollo de la propuesta

## **CAPITULO IV**

### **RESULTADOS**

A continuación se presentan los resultados después de utilizar las técnicas e instrumentos de recolección de información y atendiendo a las interrogantes planteadas en la investigación con la finalidad de cumplir con el desarrollo de los objetivos propuestos. El instrumento de recolección de datos consta de siete (07) preguntas con el fin de evaluar las actitudes a través de las mismas, bajo la forma de afirmación o juicios antes los que se solicita la reacción (favorable o desfavorable, positiva o negativa) de los individuos. Los datos serán presentados en cuadros y mediante gráficos.

**4.1 Fase I. Diagnóstico de la situación actual en relación a la conducta del personal del departamento de ventas de la empresa PINTURAS LAS FERIAS C, A.**

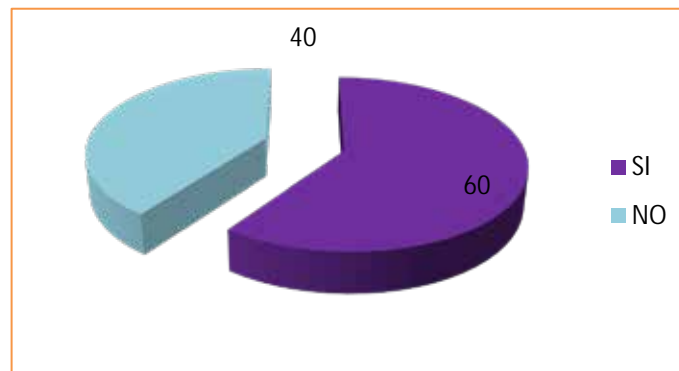
**Ítem No. 1** ¿Considera importante la relación armoniosa entre usted y sus compañeros?

**Cuadro N°1. Relación armoniosa**

| Muestra | Alternativas | Frecuencia | Porcentaje  |
|---------|--------------|------------|-------------|
| 05      | SI           | 03         | 60%         |
|         | NO           | 02         | 40%         |
|         | <b>Total</b> | 05         | <b>100%</b> |

Fuente: dpto. De ventas PINTURAS LAS FERIAS C, A

**Grafico N°1. Distribución Resultado del ítem N°1.**



Fuente: Guillen y Marín (2018).

**Interpretación:** El 60% de los encuestados considera importante la relación armoniosa entre usted y sus compañeros; mientras que 40% dijo que no. Lo que demuestra que las relaciones dentro de la empresa deben mejorarse y para ello, se deben tomar decisiones al respecto.

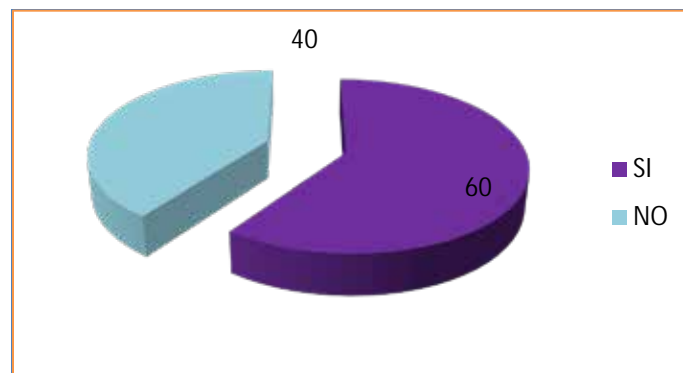
**Ítem No. 2** ¿Cuándo se traza metas; considera las habilidades, aptitudes y destrezas que posee para alcanzarlas?

**Cuadro N° 2. Habilidades, Aptitudes y Destrezas.**

| Muestra | Alternativas | Frecuencia | Porcentaje  |
|---------|--------------|------------|-------------|
| 05      | SI           | 03         | 60%         |
|         | NO           | 02         | 40%         |
|         | <b>Total</b> | 05         | <b>100%</b> |

Fuente: dpto. De ventas PINTURAS LAS FERIAS C, A

**Grafico N°2. Distribución del Resultado del ítem N°2.**



Fuente: Guillen y Marín (2018).

**Interpretación:** El 60% de los encuestados contestaron cuándo se traza metas; considera las habilidades, aptitudes y destrezas que posee para alcanzarlas; por el contrario un 40% respondió que no. Lo que demuestra que si los trabajadores se preparan de acuerdo al área de trabajo a realizar lograrán un mejor y mayor rendimiento en el cumplimiento de sus labores.

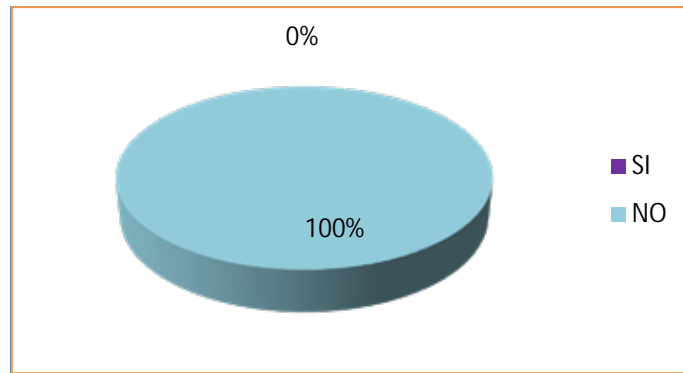
**Ítem No. 3.** ¿Existe algún reconocimiento por el trabajo bien hecho?

**Cuadro N°3. Reconocimiento**

| Muestra | Alternativas | Frecuencia | Porcentaje  |
|---------|--------------|------------|-------------|
| 05      | SI           | 0          | 0%          |
|         | NO           | 05         | 100%        |
|         | <b>Total</b> | 05         | <b>100%</b> |

**Fuente:** dpto. De ventas PINTURAS LAS FERIAS C, A

**Gráfico N° 3. Distribución de Resultados del Ítem N°3**



**Fuente:** Guillen y Marín (2018).

**Interpretación:** Los encuestados en su totalidad (100%) contestan que no existe algún reconocimiento por el trabajo bien hecho. Lo que deja en evidencia que en la empresa no reconocen el trabajo bien hecho que realiza el empleado. Situación que debe ser mejorada para motivar a los trabajadores a realizar sus labores y con un mayor incentivo por el desempeño en sus tareas diarias.

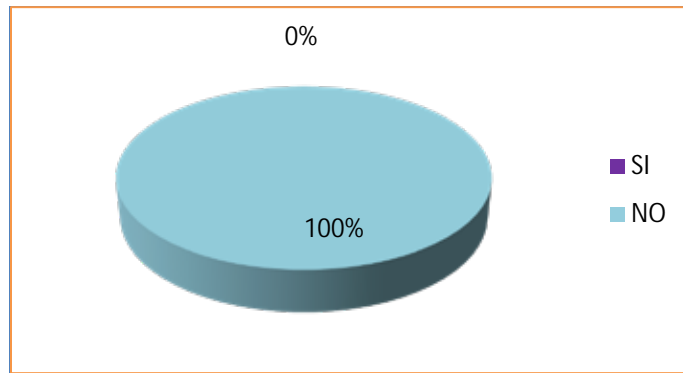
**Ítem No. 4.** ¿En la empresa se desarrollan programas motivacionales no monetarios?

**Cuadro N°4. Programa Motivacionales no monetarios**

| Muestra | Alternativas | Frecuencia | Porcentaje  |
|---------|--------------|------------|-------------|
| 05      | SI           | 0          | 0%          |
|         | NO           | 05         | 100%        |
|         | <b>Total</b> | 05         | <b>100%</b> |

**Fuente:** dpto. De ventas PINTURAS LAS FERIAS C, A

**Gráfico N° 4. Distribución de Resultados del Ítem N°4**



**Fuente:** Guillen y Marín (2018).

**Interpretación:** Los encuestados en su totalidad (100%) contestan que en la empresa no se desarrollan programas motivacionales no monetarios. En consecuencia, en la empresa la única motivación que tienen los empleados es de tipo monetaria.

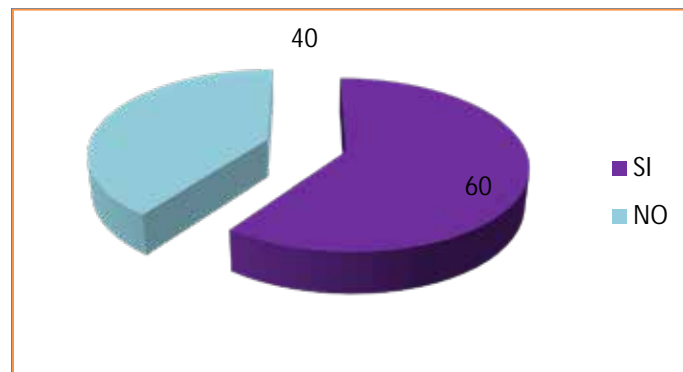
**Ítem No. 5.** ¿Considera que la empresa ve cómo necesario dar oportunidades a sus empleados para capacitarse profesionalmente?

**Cuadro N° 5. Capacitación Profesionalmente.**

| Muestra | Alternativas | Frecuencia | Porcentaje  |
|---------|--------------|------------|-------------|
| 05      | SI           | 03         | 60%         |
|         | NO           | 02         | 40%         |
|         | <b>Total</b> | 05         | <b>100%</b> |

Fuente: dpto. De ventas PINTURAS LAS FERIAS C, A

**Gráfico N° 5. Distribución de Resultados del Ítem N°5**



Fuente: Guillen y Marín (2018).

**Interpretación:** El 60% de los encuestados considera que la empresa ve cómo necesario dar oportunidades a sus empleados para capacitarse profesionalmente; sin embargo un 40% dijo que no. Ahora bien, debido al mundo cambiante que se vive es necesario contar con un capital humano que este en constante preparación profesional y académicamente. Lo que trae como consecuencia un personal capacitado y desarrollado que dará un aporte significativo a la organización.

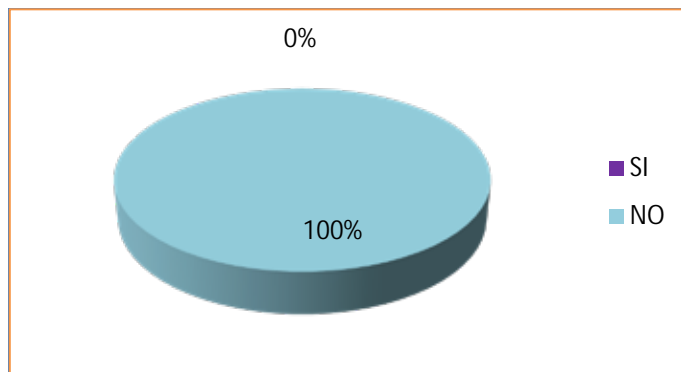
**Ítem No. 6.** ¿Cree usted que los esfuerzos que realiza la empresa para mantener al personal motivado son suficientes?

**Cuadro N° 6. Personal Motivado.**

| Muestra | Alternativas | Frecuencia | Porcentaje  |
|---------|--------------|------------|-------------|
| 05      | SI           | 0          | 0%          |
|         | NO           | 05         | 100%        |
|         | <b>Total</b> | 05         | <b>100%</b> |

**Fuente:** dpto. De ventas PINTURAS LAS FERIAS C, A

**Gráfico N° 6. Distribución de Resultados del Ítem N°6**



**Fuente:** Guillen y Marín (2018).

**Interpretación:** El 100% de los encuestados contestan que los esfuerzos que realiza la empresa para mantener al personal motivado son suficientes. Lo que evidencia, que la empresa debe mejorar los esfuerzos para mantener a los trabajadores motivados.

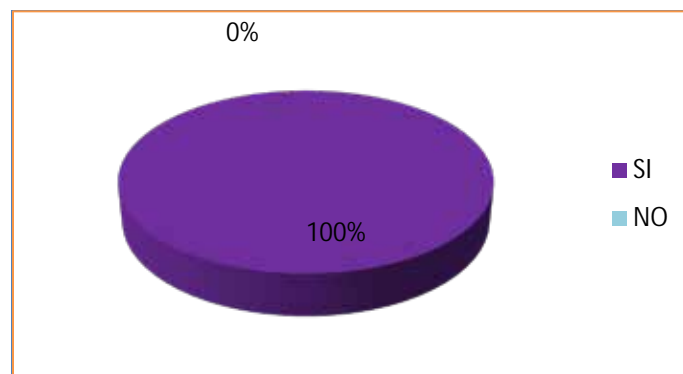
**Ítem No. 7** ¿Cree usted que el desarrollo de estrategias motivacionales permita mejorar su desempeño laboral?

**Cuadro N° 7. Estrategias Motivacionales**

| Muestra | Alternativas | Frecuencia | Porcentaje  |
|---------|--------------|------------|-------------|
| 05      | SI           | 05         | 100%        |
|         | NO           | 0          | 0%          |
|         | <b>Total</b> | 05         | <b>100%</b> |

**Fuente:** dpto. De ventas PINTURAS LAS FERIAS C, A

**Gráfico N° 7. Distribución de Resultados del Ítem N°7**



**Fuente:** Guillen y Marín (2018).

**Interpretación:** El 100% de los encuestados consideran que el desarrollo de estrategias motivacionales permita mejorar su desempeño laboral. Lo que demuestra que los trabajadores piensan en el hecho de estar motivados contribuirán con un mejor desempeño de sus funciones dentro de la empresa, Además, contribuye al logro de los objetivos organizacionales.

## 4.2 Análisis del cuestionario

Después de realizar la representación gráfica de los resultados obtenidos y al finalizar la aplicación de las técnicas de recolección de información se procedió al análisis de estos, tomando como base los indicadores de las variables existentes en las preguntas antes señaladas. En tal sentido, los indicadores de la relación armoniosa entre el empleado y sus compañeros presentes en la variables de los factores motivacionales del ítem N°1 demuestran que las relaciones dentro de la empresa deben mejorarse y para ello se deben tomar acciones al respecto de lo contrario existirían desmotivación en el personal lo que afectara el cumplimiento de sus labores.

En relación a los indicadores de habilidades, aptitud y destreza que posee el empleado cuando se traza metas y el reconocimiento por el trabajo bien como variables para la motivación del empleado ítem N°2 y 3 igualmente la ausencia de programas motivacionales no monetarios ítem N°4; cuando estos factores son óptimos evitan la insatisfacción de una manera sustancial y duradera cuando son precarios producen insatisfacción laboral.

Por su parte, los indicadores tales como las oportunidades para el empleado en capacitación profesionalmente ítem N°5, asimismo los esfuerzos que realiza la empresa para mantener al personal motivado son suficientes ítem n°6, y la necesidad del desarrollo de estrategias motivacionales que permita mejorar el desempeño labora ítem N° 7 como variables de impacto en la conducta del empleado, consideran que las oportunidades que brinda la empresa al personal son muy pocas; esperando que el desarrollo de estrategias motivacionales permitan mejorar el desempeño de sus funciones lo que evidencia la necesidad de realizar una propuesta que ayude a implementar estrategias que motiven a los trabajadores y tenga un impacto favorable en la conducta de estos ; para así contribuir al logro de los objetivos organizacionales.

**4.3. Fase II. Determinación de los factores motivacionales que influyen en la conducta del personal del departamento de ventas de la empresa PINTURAS LAS FERIAS C, A**

A continuación se presenta los resultados obtenidos de la aplicación de la técnica de recolección de información.

**CUADRO 8. OBSERVACION DIRECTA**

| <b>SITUACIONES A OBSERVAR</b>                                    | <b>DEFICIENTE</b> | <b>REGULAR</b> | <b>BUENO</b> | <b>EXCELENTE</b> |
|--|-------------------|----------------|--------------|------------------|
| Comunicación entre jefe – empleados.                             |                   | <b>X</b>       |              |                  |
| El ambiente de trabajo es adecuado                               |                   |                | <b>X</b>     |                  |
| Esfuerzos que hace la empresa para mantener al personal motivado | <b>X</b>          |                |              |                  |
| Capacitación relacionadas con calidad, servicio al cliente       | <b>X</b>          |                |              |                  |

**Fuente:** Guillen y Marín (2018).

**Análisis de la Observación Directa:**

La observación directa aplicada en la empresa PINTURAS LAS FERIAS C, A; indica que los empleados no tienen la motivación suficiente para llevar a cabo sus labores diarias a pesar de contar con un ambiente de trabajo bueno; esto pues debido a

que la interacción entre ello y la comunicación con sus jefes es regular. Por otro lado, la empresa no se preocupa en mantener al personal motivado lo que desencadena la falta de interés por parte de estos, quizás por la falta de capacitación en temas como calidad en el servicio al cliente. Esta información fue aval para realizar una encuesta entre el personal del departamento de ventas, que a continuación se presentan sus resultados.

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA**

De acuerdo a los resultados en la investigación se demostró la necesidad de elaborar estrategias motivacionales y su impacto en la conducta del personal del departamento de ventas de la empresa PINTURAS LAS FERIAS C.A; las cuales tendrá como finalidad mejorar el desempeño y la eficiencia laboral para mantener los niveles de satisfacción correspondiente con la empresa.

#### **5.1 Introducción**

Actualmente, la motivación del personal es parte importante dentro de las organizaciones ya que de ellas dependen el funcionamiento adecuado de las mismas y la consecución de los objetivos y metas propuestas. Obviamente la relación empleado-empresa debe llevarse a cabo de la mejor manera posible para obtener así un beneficio mutuo. La elaboración de estrategias le va a brindar a los empleados del departamento de ventas la motivación necesaria para sentirse a gusto realizando sus actividades diarias y desarrollar cada día más el sentido de pertenencia; logrando crear así un vínculo emocional que los involucrara y creara en ellos mayor satisfacción laboral y mayor eficiencia.

#### **5.2 Objetivos de la propuesta**

##### **Objetivo General**

Proporcionar a la empresa PINTURAS LAS FERIAS C, A; una herramienta útil dirigida a fomentar la motivación en el personal.

por pagar de la empresa Pinturas Roberto C.A.

### **Objetivos Específicos**

- Elevar el nivel de motivación y satisfacción laboral de los empleados.
- Incrementar los niveles de eficiencia operacional.
- Mejorar la competitividad de la empresa impulsándola hacia el logro de los objetivos y metas organizacionales.

### **5.3 Beneficios de la Propuesta**

- ✓ Mejora de la rentabilidad de la empresa.
- ✓ Aumento del nivel eficiencia organizacional
- ✓ Satisfacción del cliente interno (empleados)
- ✓ Satisfacción del cliente externo
- ✓ Mayor nivel de productividad para la empresa y los empleados
- ✓ Mejora de las relaciones interpersonales entre jefes, supervisores y empleados
- ✓ Aumento del nivel de compromiso del trabajador hacia la empresa
- ✓ Alcance de objetivos y metas organizacionales en su desempeño.



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA**  
**UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES**  
**CARRERA RELACIONES INDUSTRIALES**



**“ESTRATEGIAS MOTIVACIONALES Y SU IMPACTO EN LA CONDUCTA  
DEL PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS DE LA EMPRESA  
PINTURAS LAS FERIAS C, A”.**

**Autores:** Guillen Josedira  
Marín Aroldo

San Diego, Diciembre del 2018

## **1. PLAN DE CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO PARA EL PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS**

### **Objetivo**

Mejoramiento continuo en el desempeño y/o desarrollo laboral de los empleados con el fin de obtener beneficio mutuo (trabajador- empresa).

### **Talleres**

#### **Ü Efectividad en la toma de decisiones**

- Toma de decisiones, modelos, procesos decisiones innovadoras y condiciones para tomar decisiones.
- Control y Evaluaciones
- Efectividad en la organización

#### **Ü Calidad del servicio y atención al cliente**

- Calidad, calidad de vida laboral y productividad, importancia de calidad
- Integración Laboral
- Atención al cliente, calidad e importancia en atención al cliente

#### **Ü Motivación y trabajo en equipo**

- Motivación
- Importancia de la motivación laboral, técnicas
- Equipo de trabajo. La gerencia y el trabajo en equipo

### **Desarrollo**

Semestralmente la empresa analizara los programas de capacitación y desarrollo que estén orientados cubrir con las exigencias en contenidos con los puntos anteriormente descritos para cubrir las expectativas generadas por el personal en

dichos puntos y poder así mantener información apropiada y concreta al momento de cualquier situación. Con la aplicación de esta estrategia se espera que el empleado adquiera herramientas para manejarse exitosamente en sus actividades laborales.

## **2 ACTIVIDADES DE RECREACION PARA EL PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS D ELA EMPRESA PINTURAS LAS FERIAS C,A**

### **Objetivo**

Incrementar la comunicación e interacción de los trabajadores del departamento de ventas

### **Técnica**

Planificar salidas al parque Fernando Peñalver, viajes un fin de semana, entre otros.

### **Desarrollo**

Por lo menos una vez al año la empresa deberá coordinar esta actividad, u otros programas recreacionales en dichos lugares de esparcimientos donde sus trabajadores pueden conocerse mejor y establecer una comunicación amplia y directa logrando que se establezcan así relaciones armónicas que servirán como base para el logro de la eficiencia en el desempeño laboral al igual que le permitirá tener un buen clima laboral dentro de su área de trabajo.

Cabe destacar, que se estará dando cumplimiento a lo establecido en la Ley Orgánica de Prevención, Condición y Medio Ambiente de Trabajo (2005) en su artículo 56 el cual hace referencia a: Son deberes de los empleadores y empleadoras, adoptar las medidas necesarias para garantizar a los trabajadores y trabajadoras condiciones de salud, higiene, seguridad y bienestar en el trabajo, así como programas de recreación, utilización del tiempo libre, descanso y turismo social e infraestructura para su desarrollo en los términos previstos en la presente Ley y en los tratados internacionales suscritos por la República, en las disposiciones legales y

Reglamentarias que se establecieren, así como en los contratos individuales de trabajo y en las convenciones colectivas. Por esta razón, los empleadores deben incluir programas de recreación de sus empleados.

Con la aplicación de esta estrategia se espera que los trabajadores inicien un proceso de cambio que generen actitudes positivas con sus compañeros y con ellos mismos; para así de esa manera aumentar la calidad y eficacia de los procesos y tareas realizadas en el departamento.

### **3. REALIZAR DINAMICAS DE GRUPOS MOTIVACIONALES (CONOCIENDO A MIS COMPAÑEROS)**

#### **Objetivo**

Estimular la participación de los trabajadores incentivándolos a mostrar sus opiniones y a aportar ideas.

#### **Desarrollo**

La actividad consiste en reunir a los trabajadores del departamento involucrando tanto al gerente como a los trabajadores por igual incentivándolos a dar opiniones acerca de sus compañeros y a aportar ideas de la forma de llevar a cabo las actividades diarias.

La actividad consiste en escribir en una hoja blanca lo siguiente:

¿Quién conoce a quién? Escriba sus rasgos

¿Quién conoce al líder? Escriba sus rasgos

Intercambias nombre y caracterizaciones de cada miembro

Lea las caracterizaciones y adivine de quien se trata

Se estima un tiempo de 10 a 15 minutos para realizar la actividad.

Con la aplicación de esta estrategia se espera que los trabajadores inicien un proceso de cambio que generen actitudes positivas con sus compañeros, clientes, proceso productivo y con ellos mismos.

#### **4 ESTIMULACION DE RECONOCMIENTOS POR MERITOS A TRAVES DE UN INCENTIVO DE CARACTERISTICA NO MONETARIAS**

##### **Objetivo**

Estimular a los trabajadores a llevar a cabo sus actividades de la mejor forma posible y con la menor incidencia negativa en sus labores diarias.

##### **Técnica**

Imposición semestral del botón (asistencia perfecta, buena labor como tutor y formador).

##### **Desarrollo**

- Semestralmente será analizada la ficha de cada trabajador por el jefe del departamento con la finalidad de verificar de su asistencia, puntualidad y desarrollo de actividades dentro de la empresa.
- La imposición del botón estará a cargo del jefe del departamento.

Con la aplicación de esta estrategia se espera incrementar el compromiso, la responsabilidad, identificación e identidad de cada trabajador del departamento de ventas de la empresa PINTURAS LAS FERIAS C, A.

#### **5 EVALUAR LA CALIDAD Y EFECTIVIDAD DE LOS PROCESOS DE TRABAJO PARA MOTIVAR AL PERSONAL A TRAVES DE UN INCENTIVO MONETARIO**

##### **Objetivo**

Estimular a los trabajadores a realizar sus actividades con calidad, eficiencia y efectividad.

## **Técnica**

Analizar si los procesos se están cumpliendo de manera eficiente y efectiva por cada trabajador del departamento de ventas.

## **Desarrollo**

Este incentivo será medido a través de indicadores por el cumplimiento de metas estratégicos que en el caso del departamento de ventas son establecidos atendiendo a las áreas propias que maneja como por ejemplo algunos de estos indicadores viene a ser:

- Ü Acciones seguras medido a través del número de accidentes en el área de seguridad y salud en el trabajo.
- Ü Alcance de presupuesto, medido en base al porcentaje de alcance del mismo en lo relativo al área de planificación de ventas.
- Ü Colaboradores formados, medido a través del número de trabajadores adiestrados, en lo que atañe al área de formación del personal para los tiempos futuros.

El resultado de esta evaluación se ubicara en bandas cuyos niveles son: estándar bueno y óptimo, en los cuales cada uno de estos niveles se le indicara un valor monetario. Este será depositado los quince días de cada mes, el cual se reflejara en su recibo de pago. Es importante resaltar, que tal incentivo no tendrá características salariales.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

La empresa carece de estrategias motivacionales lo cual se determinó a través de la observación directa con los cual se apreciaron los aspectos buenos, regulares y malos asociados con factores que pueden generar el desinterés del personal en el cumplimiento de sus labores.

También, se evaluaron los factores motivacionales intrínsecos y extrínsecos que afectan de una a otra forma el desempeño laboral y conlleva a la desmotivación de los trabajadores mostrando así que el departamento de ventas carece de estrategias para mantener motivado al personal. Debe indicarse, que la empresa necesita la implementación de estrategias motivacionales tal como lo plantea Maslow “toda persona necesita cubrir sus necesidades”.

De igual forma, es importante tomar en cuenta que el descuido por a satisfacción del empleado ocasiona para la empresa deficiencia en la operatividad debido a que no puede cumplir con los objetivos y metas planteadas así como la disminución de la calidad de los servicios prestados a los clientes, el decrecimiento de la competitividad de la empresa frente a sus competidores en un mercado muy concurrido y primordialmente la incapacidad de retener al empleado dentro de la organización. Esta situación afecta directamente a los planes de expansión de la cartera de clientes ante la imposibilidad de garantizar un servicio eficiente y de calidad a los mismos.

Es importante destacar, que el conocimiento y la experiencia que puedan adquirir los empleados (específicamente en el departamento de ventas) dan lugar al desarrollo de habilidades que leven el nivel de eficiencia en las operaciones diarias y un mejor servicio de atención al cliente. Esto a su vez le genera un conocimiento en el área que le permite desempeñarse con mayor facilidad permitiendo así dar

cumplimiento con las metas y objetivos organizacionales. También, permite que los empleados puedan fortalecer habilidades de trabajo en equipo y elevar el nivel de eficiencia operacional y de competitividad de la organización.

### **Recomendaciones**

Para lograr los resultados esperados en la aplicación de las estrategias desarrolladas se recomienda:

- ✚ Tomar en cuenta la motivación del personal si se quiere obtener un desempeño laboral eficiente ya que es una de las pocas vías que ayudaran a mejorar la productividad, la satisfacción del trabajador y el logro de los objetivos.
- ✚ Establecer un ambiente de trabajo que propicie mayor participación y cooperación de todos los miembros de la empresa.
- ✚ Reconocer en público a los trabajadores por su buen desempeño dentro de la empresa y crear en ellos la motivación necesaria para que puedan realizar sus labores de la mejor forma y sientan que son tomados en cuenta por la organización.
- ✚ Darle la oportunidad a los trabajadores de expresar su opinión en cuanto a la forma de realizar su trabajo estimulando con esto la confianza y seguridad a través de la puesta en práctica de acciones que impliquen sus conocimientos, habilidades y destrezas.
- ✚ Mantener un clima favorable mediante la satisfacción de las necesidades de los trabajadores.
- ✚ Se recomienda a la empresa PINTURAS LAS FERIAS C.A la implementación de la propuesta.

## REFERENCIAS

- Alles, Merck. (2005). **“Desarrollo del Talento Humano”** 3 ra edición. México. Editorial Granica.
- Arias Fideas (2006). **“El proyecto de Investigación”**. 5 ta Edición. Caracas. Editorial Episteme.
- Colmenares, Dariella. (2015), **Las Necesidades Motivacionales como un Factor Clave en el Rendimiento Laboral del Personal Administrativo de la Clínica Venezuela**, Universidad de Carabobo. Valencia, estado Carabobo.
- Chiavenato, Idalberto. (2007). **“Administración de Recursos Humano”**. (2da. Edición) Colombia: Editorial Mc Graw-Hill.
- Dantes, Frank (2005). **“Revista de Administración de empresas”**. Editorial Iberoamericana, California Estados Unidos.
- Hernández, Robert. (2010). **“Metodología de la Investigación”**. 2 da edición. México. Mc Graw Hill Internacional editores S, A
- Locke, Adams citado por Guillen (2000). **“Teoría de la Motivación y Psicología Social”**. Editorial Médica Panamericana. Buenos aires Argentina.
- Leones y Méndez (2016), titulado **Diseño de Estrategias Motivacionales en el personal del departamento de ventas de la empresa PAVECA C.A.**
- “Manual para la elaboración de trabajo especial de grado”** (2006) (UPEL). Caracas. Editorial Morata.
- Méndez, Lorenzo (2008). **“Metodología de la investigación”**. Nueva Edición Actualizada. Editorial PANAPO. Caracas Venezuela.
- Melinkoff Robert (2010). **“Los procesos administrativos.”** México: Pearson Educación de México S.A.
- Morales, Eduardo. (2007). **“Metodología de Investigación para realizar proyectos”**. Caracas. Editorial Panapos.

- Noj Edward. (2015), "**La Efectividad de un Programa de Motivación a los vendedores para incrementar las ventas del almacén de electrodomésticos de Mazatenango, Suchitepéquez**", Guatemala, Para la Universidad Rafael Landívar.
- Ramírez, Terrancis (2007). "Como Hacer un Proyecto de Investigación". Caracas-Venezuela. Editorial PANAPO.
- Robert y Cervelion (2015), "**Estrategias Motivacionales para la Fuerza de Ventas de la empresa PEPSI-COLA Venezuela C.A**" agencia Puerto Cabello universidad de Carabobo.
- Robbins, Stevens. (2014). "**Comportamiento Organizacional**". México: Prentice-Hall Hispanoamericana.
- Sabino Galindo (2006) "**Técnicas para investigar y formular proyectos de investigación**". México. Editorial Brujas
- Vélaz, Jacqueline (2005) "**Motivos y Motivación en la Empresa**". Disponible en: [http://books.google.co.ve/booksid=9tAqo8XDOdQC&printsec=frontcover&dq=motivos+y+motivaci%C3%B3n+en+la+empresa&hl=es-19&sa=X&ei=z4XJU4S0C6LsASU\\_4GYCw&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=motivos%20y%20motivaci%C3%B3n%20en%20la%20empresa&f=false](http://books.google.co.ve/booksid=9tAqo8XDOdQC&printsec=frontcover&dq=motivos+y+motivaci%C3%B3n+en+la+empresa&hl=es-19&sa=X&ei=z4XJU4S0C6LsASU_4GYCw&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=motivos%20y%20motivaci%C3%B3n%20en%20la%20empresa&f=false) Consultado el 20 de Febrero de 2014.
- Vergueta Dina (2014), "**La Motivación Laboral y su Relación con el Desempeño de los Trabajadores Universidad de Carabobo**". Valencia estado Carabobo.
- Educación Superior, ubicada en Valencia Estado Carabobo.** Universidad de Carabobo. Campus-Bárbula. Venezuela: Trabajo de grado no publicado.
- Universidad Santa María (2016).**Normas para la elaboración y presentación de los proyectos, anteproyectos, trabajos de grado e informes de pasantías.** 1ª Edición. Caracas. Venezuela.
- Van Horne, James (2013).**Administración Financiera.** 9ª Edición. México: Editorial Prentice Hall Interamericana, S.A.

