



Facultad de Ciencias Económicas

Licenciatura en Administración de Empresas

La motivación como elemento de apoyo para el logro de los objetivos de ventas de empresas rentadoras de equipo de oficina en la ciudad de Guatemala

(Artículo científico – Trabajo de graduación)

Ruth Noemy Alvarez Padilla

Guatemala, agosto 2020

**La motivación como elemento de apoyo para el logro de los objetivos de ventas
de empresas rentadoras de equipo de oficina en la ciudad de Guatemala**

(Artículo científico – Trabajo de graduación)

Ruth Noemy Alvarez Padilla

Licenciado Calos Federico Noriega Castillo (**Asesor**)

M. Sc. Silda Iliana Miranda (**Revisora**)

Guatemala, agosto 2020

AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD PANAMERICANA

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González

Vicerrectora Académica

M.A. César Augusto Custodio Cobar

Vicerrector administrativo

EMBA Adolfo Noguera Bosque

Secretario General

AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz

Decano

M. Sc. Samuel Aron Zabala Vásquez

Coordinador

Guatemala, 09 abril 2020

Señores

Facultad de Ciencias Económicas

Presente

Por este medio doy fe que soy autor del Artículo científico titulado **“La motivación como elemento de apoyo para el logro de los objetivos de ventas de empresas rentadoras de equipo de oficina en la ciudad de Guatemala”** y confirmo que respeté los derechos de autoría de las fuentes consultadas y consigné las citas correspondientes.

Acepto la responsabilidad por la publicación del presente estudio y para efectos legales soy el único responsable de su contenido.

Atentamente,



Ruth Noemy Alvarez Padilla

Licenciatura en Administración de Empresas

Carné No.: 201307413

REF.: UPANA.C.C.E.E.0000004-2020-L

**LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
GUATEMALA, 05 de agosto de 2020
DICTAMEN**

Tutor: Licenciado Carlos Federico Noriega Castillo
Revisor: Licenciada Silda Iliana Miranda Medina
Carrera: Licenciatura en Administración de Empresas

Artículo Científico: “La motivación como elemento de apoyo para el logro de los objetivos de ventas de empresas rentadoras de equipo de oficina en la ciudad de Guatemala”.

Presentada por: Ruth Noemy Alvarez Padilla

Decanatura autoriza la impresión, como requisito previo a la graduación profesional.


En el grado de: Licenciada



M.A. Román Antonio Girón Díaz
Decano
Facultad de Ciencias Económicas

 1779

 upana.edu.gt

 Diagonal 34, 31-13 Zona 16

Guatemala, 7 de marzo de 2020

Señores Facultad de Ciencias Económicas

Universidad Panamericana

Presente

Estimados señores:

En relación a la Asesoría del Artículo Científico titulado: **“La motivación como elemento de apoyo para el logro de los objetivos de ventas de empresas rentadoras de equipo de oficina en la ciudad de Guatemala”**, realizado por Ruth Noemy Alvarez Padilla, estudiante de la Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la Asesoría del mismo, observando que cumple con los requerimientos de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.



Lic. Carlos Federico Noriega Castillo MSc.

Colegiado Activo 2,046

Guatemala, 5 de mayo 2020

Señores

Facultad de Ciencias Económicas

Universidad Panamericana

En relación al artículo científico titulado: “ **La motivación como elemento de apoyo para el logro de los objetivos de ventas de empresas rentadoras de equipo de oficina en la ciudad de Guatemala**”, realizado por Ruth Noemy Alvarez Padilla, carné 201307413, estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la Revisión del mismo, haciendo constar que cumple con los requerimientos de estilo establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo a lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.



M.Sc. Silda Iliana Miranda Medina

Colegiado 8455

Tel: 58252144

Dedicatoria

A Dios

Dios, tu amor y tu bondad no tiene fin, me permites sonreír ante todos mis logros que son resultado de tu ayuda, y cuando caigo y me pones a prueba, aprendo de mis errores y me doy cuenta que los pones en frente mío para que mejore como ser humano.

A mis padres

Han pasado muchos años desde que nací, desde ese momento e incluso antes que eso, ya estaban buscando maneras de ofrecerme lo mejor, agradezco a Dios por regalarme a los mejores padres y les agradezco por lo que soy ahora, los amo José Alvarez y Mauda Padilla.

A mis hermanos

A pesar de que tengamos nuestras eventuales discusiones y malos encuentros, y que tal vez seamos polos opuestos en ciertas cuestiones, le agradezco a Dios por ser parte de mi vida los amo demasiado José, Darlyn y Gerverth.

A mis amigas

Estos 12 años de amistad hemos pasado buenos y malos momentos, pero han sido más buenos, agradezco a Dios por haberlas puesto en mi camino, gracias por siempre estar conmigo sé que siempre han querido lo mejor para mí, gracias a usted sé que existe la amistad y más que amigas la veo como mis hermanas las quiero siempre en mi vida Heidi y Wendy.

Contenido

	Página
Abstract	i
Introducción	ii
Capítulo 1	
Metodología	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Pregunta de investigación	3
1.3 Objetivos de investigación	3
1.3.1 Objetivo general	3
1.3.2 Objetivos específicos	4
1.4 Definición del tipo de investigación	4
1.4.1 Investigación descriptiva	4
1.5 Sujeto de investigación	4
1.6 Alcance de la investigación	4
1.6.1 Temporal	4
1.6.2 Geográfico	4
1.7 Definición de la muestra	5
1.7.1 Empleo muestra finita o infinita	5
1.8 Definición de los instrumentos de investigación	6
1.9 Recolección de datos	7
1.10 Procesamiento y análisis de datos	7
Capítulo 2	
Resultados	8
2.1 Presentación de resultados	8
Capítulo 3	
Discusión y conclusiones	16
3.1 Extrapolación	16
3.2 Hallazgos y análisis general	21

3.3 Conclusiones

24

Referencias

26

Anexos

Abstract

Como contenido esencial de este trabajo se menciona la introducción correspondiente. También contiene una metodología; así como los resultados y la discusión.

Este estudio se inició para descubrir si las empresas conocen el beneficio de la motivación como elemento de apoyo para el logro de los objetivos en la renta de equipo de oficina, la investigación fue descriptiva y se utilizó la muestra finita, se estudiaron empleados que laboran en empresas que se dedican a la renta de equipo de oficina en el área urbana de la ciudad de Guatemala, la encuesta se realizó a través de un cuestionario para obtener evidencias del tema.

Al final del estudio se determinó que las empresas que se dedican a la renta de equipo de oficina conocen la importancia de la motivación a sus empleados dándole seguimiento e incentivándolos para el logro de los objetivos que se persiguen en sus operaciones.

Introducción

El artículo científico que se presenta es para determinar si las empresas conocen y aplican los beneficios de motivación como elemento para el logro de objetivos en la renta de equipo de oficina, se desarrolla el tema de investigación, analizando el sujeto y los tipos de alcance de la misma.

Se define la muestra, los instrumentos de investigación descriptiva, se programa la forma de recopilar, procesar y presentar gráficamente los datos. La investigación se realiza en las empresas comerciales que operan en la renta de equipo de oficina en el municipio de Guatemala, departamento de Guatemala.

Según bibliografía de diferentes autores es de gran importancia, la satisfacción laboral en la actitud general de un empleado hacia su trabajo haciendo énfasis en que un trabajo es más que las actividades obvias.

La satisfacción laboral es un término de suma importancia para las organizaciones debido a que está íntimamente relacionada con el desempeño. Un empleado insatisfecho es causa de un desempeño bajo, mientras que un empleado satisfecho obtiene altos rendimientos, motivación, superación, esfuerzo, etc.

En el presente estudio el capítulo 1, trata sobre el planteamiento del problema que es la base del estudio, desarrollando la pregunta de investigación: las empresas conocen y aplican los beneficios de motivación como elemento para el logro de objetivos en la renta de equipo de oficina, se formula el objetivo general y los específicos mismos que también deben ser contestados al concluir.

En el capítulo 2 se realiza la presentación de los resultados, los datos que recolectados se presentan al final gráficamente. Cada pregunta en la investigación tiene su procedimiento estadístico, así como su respectiva gráfica que contiene los porcentajes de cada opinión de los encuestados.

En el Capítulo 3, se consultaron diferentes autores en relación al tema en estudio para complementar la discusión de resultados obtenidos por medio de la extrapolación. Se presentan los hallazgos más importantes que se encontraron alrededor de las preguntas presentadas en las encuestas se expresan en términos porcentuales, este capítulo también sirve para concluir con los objetivos que se plantearon inicialmente los cuales están ligadas a la pregunta de estudio.

Capítulo 1

Metodología

1.1 Planteamiento del problema

El sector de las empresas que comercializan la renta de equipos de oficina en Guatemala, realiza una importante labor de servicios, que consiste en el mantenimiento del equipo rentado, de acuerdo a las necesidades determinadas de cada cliente, así como el soporte técnico ofrecido en los suministros originales y materiales de alta calidad para asegurar el desempeño duradero del equipo rentado, las cuales incluyen copiadoras, impresoras y equipos multifuncionales.

En la actualidad la economía en Guatemala es afectada en todos los sectores económicos nacionales. El sector que se ve perjudicado frecuentemente es el comercio, porque los empresarios al invertir, tienen dudas y temor, este resultado afecta directamente a las ventas de rentadoras de equipo de oficina.

Los empleados contratados directamente al área de ventas de equipos son afectados desde su inicio por lo que se les ofrece motivaciones o beneficios que conlleven a que los motive a través de las comisiones de venta, que constituyen el factor determinante para lograr la satisfacción laboral.

Las empresas que se dedican a la comercialización en rentas de equipo de oficina en Guatemala, ofrecen sus servicios y soporte técnico a diferentes sectores de la economía de las empresas del sector nacional. El servicio de renta y mantenimiento de equipos de oficina requiere una administración que exige la correcta coordinación y conocimiento de la implementación de un equipo rentado y así experimentar los beneficios que estas empresas ofrecen.

“Las principales empresas que conforman el sector, son las siguientes: Xerox de Guatemala, Ricoh, Printer, y Canella entre otras, las cuales utilizan sistemas automatizados de administración de inventarios tales como: Xlar (Por sus siglas en inglés, Xerox Latin American Region)”.

La motivación como elemento de apoyo para el logro de los objetivos de ventas es un tema de mucha importancia para las empresas y sobre todo las que se dedican a rentar equipo en las oficinas a nivel nacional, ya que si se aplica correcta y constantemente se obtendrán mayores beneficios mejorando los ingresos y brindando servicio de calidad. Puede ayudar a que los empleados se desempeñen con un mayor rendimiento y así obtener mayores y mejores resultados.

La motivación es un tema de mucha atención y de gran utilidad si la entidad desea tener un buen desempeño de sus colaboradores, debido a que si cuentan con programas de capacitación acorde a los cambios de actualización tecnológica de las máquinas se convierten en el recurso más productivo de la empresa ya que ellos son el mejor recurso que la empresa tiene para crecer y poder llegar al objetivo y el cumplimiento establecido por la directiva que es colocarse en primer lugar en la renta de equipo en las oficinas a nivel nacional.

El desempeño de cada uno de los empleados que trabajan debe ser reflejado en cada una de las actividades que realizan individualmente y en equipo para que juntos logren estar motivados y así vivir y disfrutar de los beneficios por su colaboración. Lo que también puede ayudarles a ver la conducta de los empleados en sus labores; se necesitan diferentes formas de motivación para que tengan un buen rendimiento y alcancen sus objetivos en ventas.

Uno de los temas de gran importancia que va de la mano con la motivación es la capacitación que los empleados deben recibir y tener para el buen desarrollo de sus actividades. Un objetivo fundamental de capacitación es enseñar a la fuerza de ventas a ser más productiva. Por regla general, la productividad de un vendedor aumentará con la experiencia. Pero si la capacitación en ventas puede sustituir parte de la experiencia que se necesita, se alcanzarán antes los niveles de mayor productividad.

Las empresas que se dedican a la renta de equipo de oficina al capacitar al personal de ventas tendrán mejores resultados en las utilidades de la empresa y su principal objetivo para invertir en este recurso como beneficio para la entidad, será preparar a las personas para la realización inmediata de diversas tareas del puesto, brindar oportunidades para el desarrollo personal continuo y no sólo en sus puestos actuales.

Sino también para otras funciones más complejas y elevadas, cambiar la actitud de las personas, sea para crear un clima más satisfactorio entre ellas o para aumentarles la motivación y volverlas más receptivas a las nuevas tendencias de la administración.

La capacitación en ventas ayudará a la fuerza de ventas aumentar más rápido su productividad, como también ayudará a reducir la crisis en que la empresa pueda encontrarse, lo que implica que los costos totales de contratación y capacitación deben reducirse. Los programas de capacitación tanto iniciales como de recordatorio se deben diseñar para aumentar el desempeño de la fuerza de ventas.

1.2 Pregunta de investigación

¿Conocen las empresas el beneficio de la motivación como elemento de apoyo para el logro de los objetivos en la renta de equipo de oficina en la ciudad de Guatemala?

1.3 Objetivos de investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar si las empresas conocen y aplican los beneficios de motivación como elemento para el logro de objetivos en la renta de equipo de oficina.

1.3.2 Objetivos específicos

1. Verificar qué porcentaje de los empleados en renta de fotocopiadoras conocen de la motivación e incentivación por sus ventas.
2. Determinar si las entidades de renta de fotocopiadoras tienen sus ventas correlacionadas con la capacitación y motivación de su personal designado a las ventas.
3. Establecer qué fragmento de las instituciones que rentan equipo tiene conocimiento de los beneficios que genera la motivación.

1.4 Definición del tipo de investigación

1.4.1 Investigación descriptiva

En el presente estudio se utilizará la investigación descriptiva, debido a que el estudio es en base a los objetivos. Para llegar a conocer si las empresas dedicadas a la renta de equipo de oficina que comercializan en Guatemala, conocen los beneficios y estrategias utilizadas para crecimiento de las mismas.

1.5 Sujeto de investigación

Las encuestas serán aplicadas al personal que labora en entidades dedicadas al comercio en renta de equipo de oficina, para posicionar la empresa en un estatus alto.

1.6 Alcance de la investigación

1.6.1 Temporal

La investigación se realizará en un período comprendido de tres meses, de septiembre de 2019 a marzo de 2020.

1.6.2 Geográfico

La investigación se realizará en las empresas comerciales que operan en la renta de equipo de oficina en el municipio de Guatemala, departamento de Guatemala.

1.7 Definición de la muestra

La población a utilizar para determinar la muestra es de 200 personas, según datos obtenidos en Páginas amarillas.

<https://www.paginasamarillas.com.gt/departamento-guatemala/servicios/alquiler-de-fotocopiadoras>. Recuperado: 20-11-2019, por la cantidad de población debe aplicarse la fórmula finita con los datos siguientes:

1.7.1 Empleo muestra finita

El resultado de la muestra de la investigación sobre la motivación como elemento de apoyo para el logro de los objetivos de ventas de empresas rentadoras de equipo de oficina, en la ciudad de Guatemala es de 132 encuestas, para lo cual se utilizó la fórmula finita.

$$n = \frac{N * z^2 * p * q}{e^2 (N-1) + z^2 * p * q}$$

En donde los datos son los siguientes:

Z= Según tabla 0.95 (elevar al cuadrado) 1.96 (la confiabilidad)

N= 200

p= 0.5 (probabilidad de éxito)

$q = 0.5$ (probabilidad de fracaso)

$e = 5\%$ (error muestral) = 0.05

Cálculo:

$$n = \frac{(200) (1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(0.05)^2 (200-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{(200) (3.8416) (0.5) (0.5)}{(0.0025) (199) + (3.8416) (0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{192.08}{0.4975 + 0.9604}$$

$$n = \frac{192.08}{1.4579}$$

$$n = \frac{192.08}{1.4579}$$

$$n = 131.7511489$$

$$n = 132$$

1.8 Definición de los instrumentos de investigación

La herramienta que será utilizada es la encuesta en línea a las empresas rentadoras de equipo de oficina en la ciudad de Guatemala será por medio del cuestionario. Este instrumento dará las

facilidades de contar con preguntas previamente diseñadas de manera confiable y uniforme dentro de un entorno de aspectos sobre la motivación como elemento de apoyo para el logro de los objetivos de ventas de empresas rentadoras de equipo de oficina en la ciudad de Guatemala.

1.9 Recolección de datos

Para determinar los resultados obtenidos de la investigación se pretende realizar encuestas virtuales a través de correos y redes sociales para la recolección de información. Se realizó a través del vaciado de información a través de Excel en tablas dinámicas.

Después de aplicar los instrumentos y métodos de investigación se procedió con base a la información obtenida, con la digitación y vaciado de datos dado entre su pregunta y su respuesta.

Para ello se utilizó un mecanismo para facilitar los registros de información obtenidos por información certera del sujeto de investigación.

1.10 Procesamiento y análisis de datos

Después de aplicar las técnicas de recolección de datos descrita en la sección anterior, se recopilará la información necesaria para formular los hallazgos del problema objeto de estudio. Los datos serán procesados, ordenados y tabulados con el propósito de presentar los resultados obtenidos. Se extraerá la información en el programa y graficas de pie para la presentación de resultados.

Capítulo 2

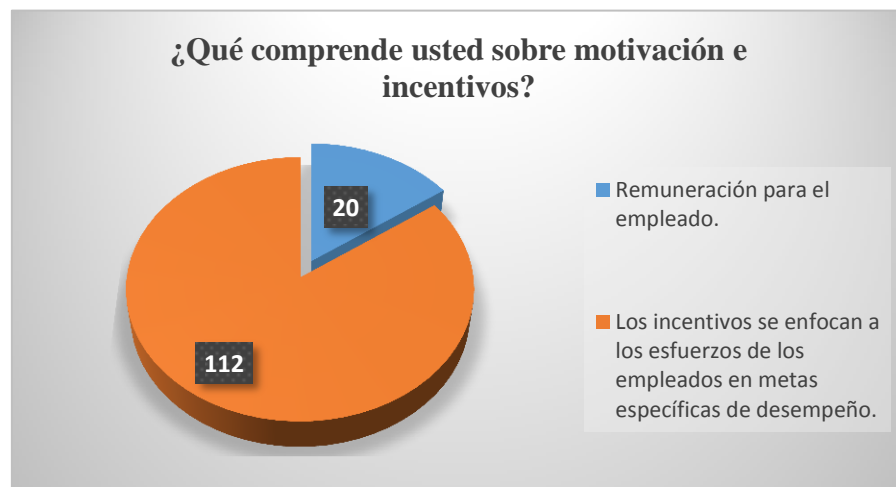
Resultados

2.1 Presentación de resultados

Según la muestra de 132 personas, se realizaron las encuestas formulando 15 preguntas las cuales fueron enviadas a los colaboradores de renta de equipo de oficina en la ciudad de Guatemala.

Con dicha información se construyeron las siguientes graficas:

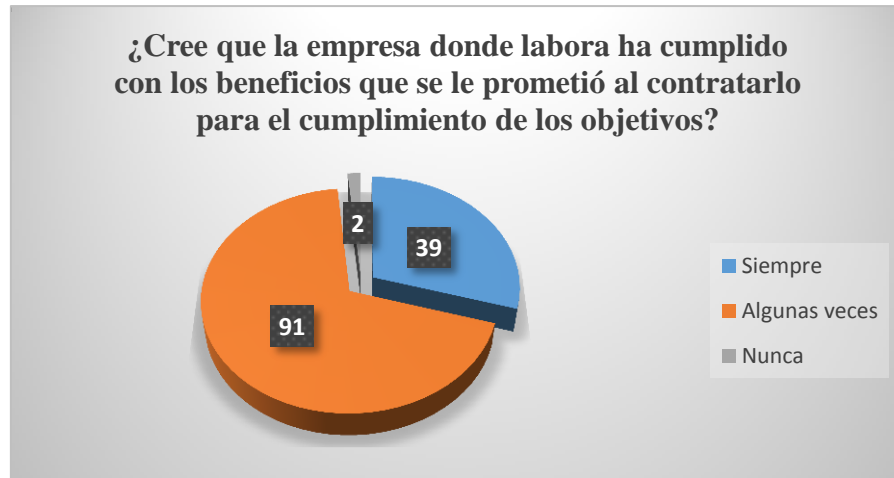
Gráfica No. 1



Fuente: elaboración propia, 2020

En esta gráfica se evalúa que 112 colaboradores indican que los incentivos se enfocan en los esfuerzos de los empleados en metas específicas de desempeño y proporcionan una motivación verdadera que produce importantes beneficios.

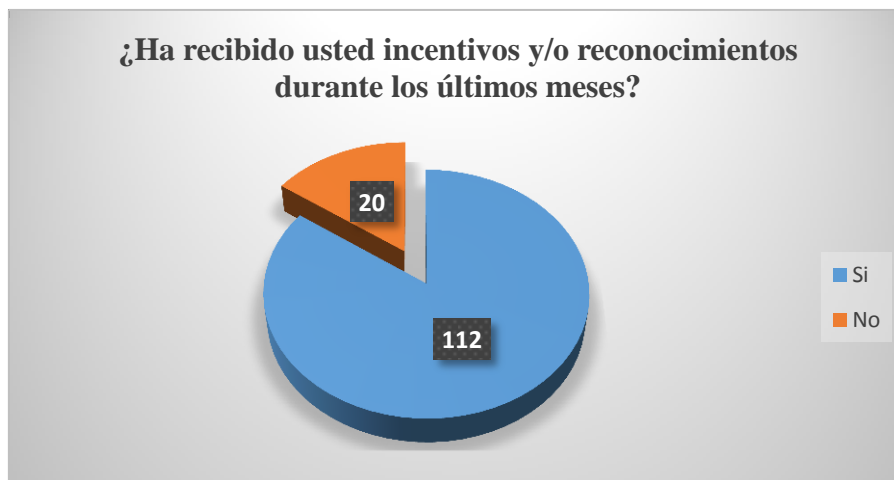
Gráfica No. 2



Fuente: elaboración propia, 2020

En esta gráfica se aprecia que 91 colaboradores indican que no siempre la empresa ha cumplido con los beneficios que prometió al contratarlos.

Gráfica No. 3



Fuente: elaboración propia, 2020

En esta gráfica se considera que 112 personas sí han recibido reconocimientos durante los últimos meses.

Gráfica No. 4



Fuente: elaboración propia, 2020

En esta gráfica se determinó que el 74 de los colaboradores indica que ha sido regular la remuneración que percibe de su trabajo realizado.

Gráfica No. 5



Fuente: elaboración propia, 2020

Esta gráfica muestra que 68 encuestados indica que es regular la relación con su jefe inmediato.

Gráfica No. 6



Fuente: elaboración propia, 2020

En esta gráfica se puede observar que solo el 68 de las personas encuestadas tienen una buena la relación con sus compañeros de trabajo.

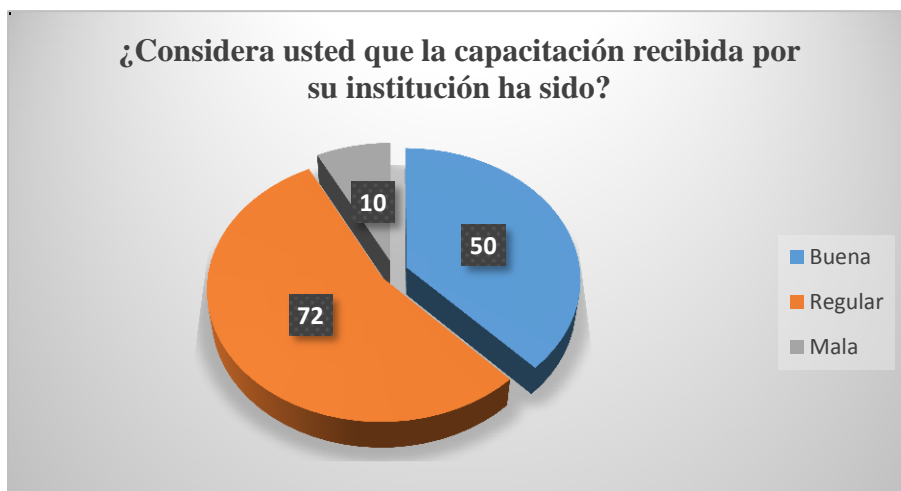
Gráfica No. 7



Fuente: elaboración propia, 2020

En esta gráfica se encontró que 72 personas indica que se realizan una capacitación por mes.

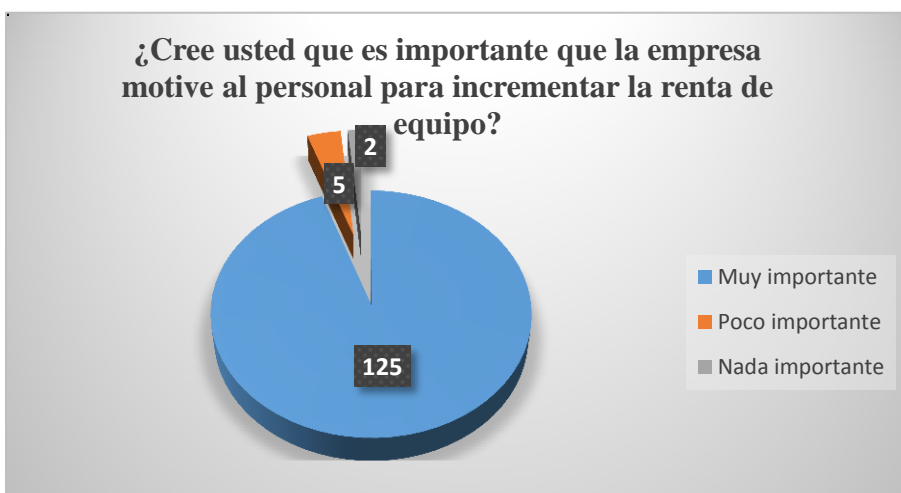
Gráfica No. 8



Fuente: elaboración propia, 2020

En esta gráfica se muestra que 72 de los encuestados indican que ha sido regular la capacitación brindada por la empresa.

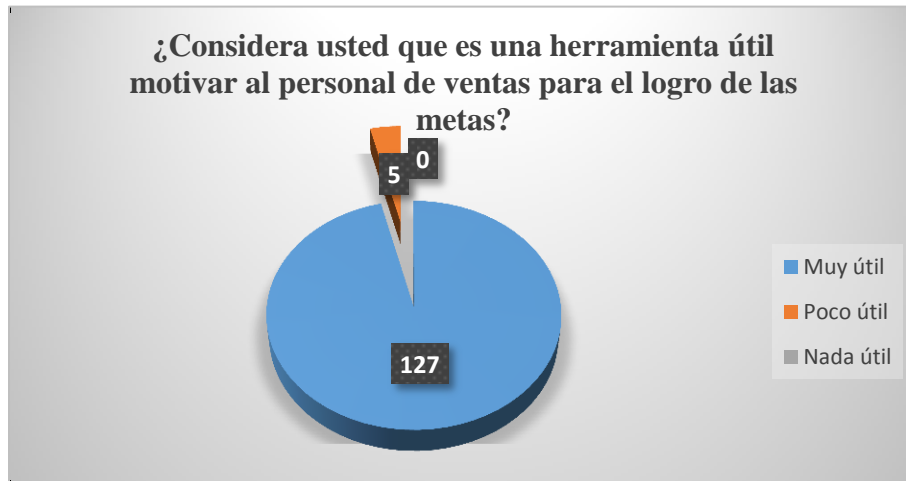
Gráfica No. 9



Fuente: elaboración propia, 2020

Esta gráfica da como resultado que 125 de los encuestados indicaron que es muy importante que la empresa motive al personal para incrementar la renta de equipo.

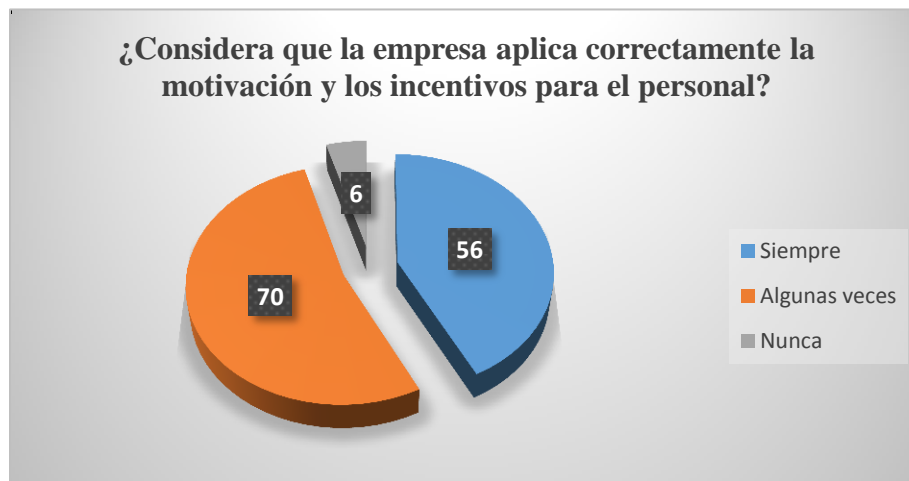
Gráfica No. 10



Fuente: elaboración propia, 2020

En esta gráfica se estima 127 de los encuestados indican que el motivar al personal es una herramienta muy útil.

Gráfica No. 11



Fuente: elaboración propia, 2020

En esta gráfica se presenta que 70 de los colaboradores reportan que algunas veces se aplican correctamente la motivación y los incentivos.

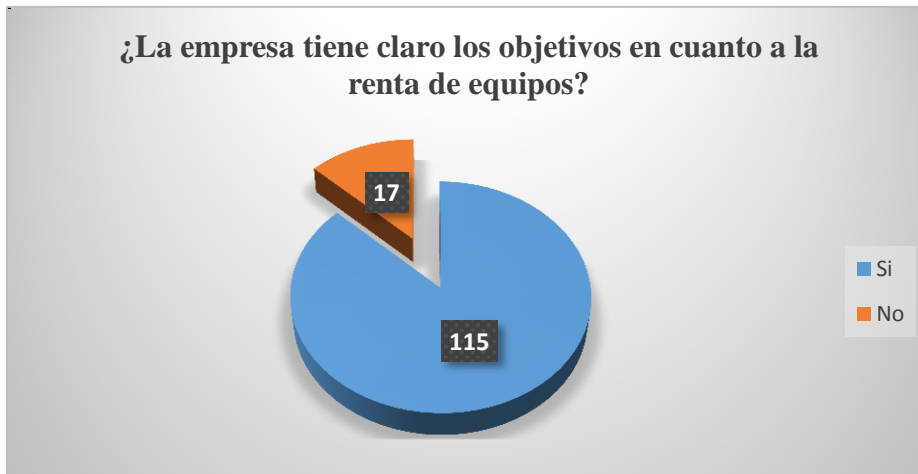
Gráfica No. 12



Fuente: elaboración propia, 2020

En esta gráfica se analiza que 104 de los encuestados indica que la empresa ha cumplido con lo que se le ofreció al principio.

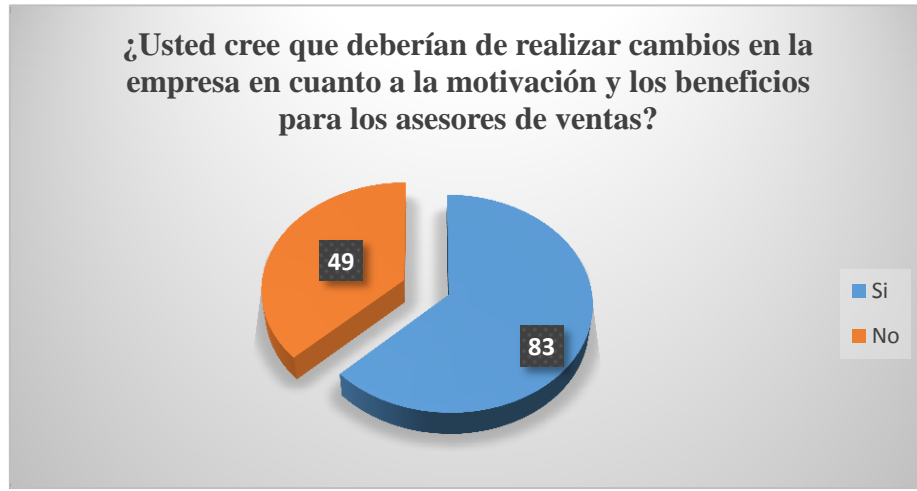
Gráfica No. 13



Fuente: elaboración propia, 2020

En esta gráfica demuestra que 115 colaboradores indican que la empresa sí tiene claros los objetivos de la renta de equipos.

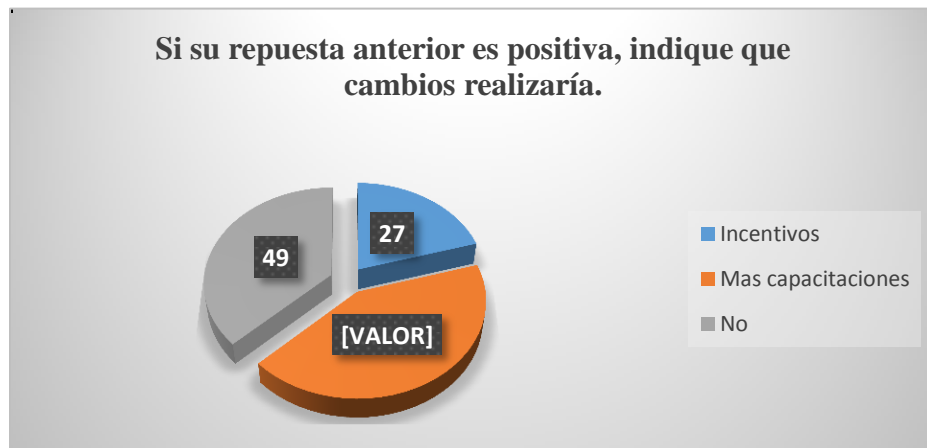
Gráfica No. 14



Fuente: elaboración propia, 2020

En esta gráfica se verificó que 83 de los colaboradores indican que sí se deberían hacer cambios en la empresa.

Gráfica No. 15



Fuente: elaboración propia, 2020

En esta gráfica se encontró que 56 de los encuestados indican que se deberían realizar más capacitaciones.

Capítulo 3

Discusión y conclusiones

3.1 Extrapolación

En este estudio, 112 de los colaboradores entienden que los incentivos se enfocan a los esfuerzos del empleado recompensados por metas u objetivos alcanzados en su desempeño. También coinciden que si han recibido incentivos o reconocimientos en la empresa donde laboran.

En Guatemala las empresas que se dedican a vender y comprar necesitan incentivar al personal que tienen a su cargo, para eso usan diferentes métodos, como dar incentivos a través de bonos productivos que ayuden a llegar a la meta de cada empleado, esto lo logran a través de las capacitaciones que se deben realizar continuamente. La capacitación es algo realmente importante, algo que permite mejorar los conocimientos, habilidades o conductas y actitudes del personal de una empresa o negocio.

Un incentivo es aquello que se ofrece al personal como un estímulo para agregar valor a los procesos, aumentar la calidad, alcanzar metas, crear satisfacción y reputación en los clientes o usuarios, entre otras necesidades de mejora en la organización. Puede ser parte del salario u otra forma de retribución que premie el mejor resultado respecto a lo normal exigible.

El uso de los incentivos se ha difundido en las organizaciones a tal punto que todos tienen expectativas para obtenerlo, independientemente de las normas que lo regulan, sin embargo, resulta algo causal de insatisfacción en aquellos grupos que no logran alcanzarlo.

Mark W. (2009) afirma:

Los incentivos a veces asumen la forma de comisiones relacionadas con el volumen de ventas o la rentabilidad, o de bonos por cumplir o rebasar metas específicas de desempeño (por ejemplo, satisfacer cuotas de determinados productos de la línea de la compañía o en relación con tipos específicos de clientes). Tales incentivos son útiles para dirigirlos

esfuerzos de los vendedores hacia objetivos estratégicos específicos durante el año, así como para proporcionar premios adicionales a los que alcancen los mejores resultados dentro de la fuerza de ventas. (p.335)

La mayoría de personas entrevistadas indicaron que por lo regular la empresa ha cumplido con los beneficios que prometió al contratarlos.

En la actualidad las organizaciones suelen asegurar el aumento del rendimiento del personal comprometiéndose con el empleado a cumplir con los incentivos o premios ofrecidos a fin de mejorar la productividad en el área

Danty la-France(1960) comenta que:

Quienes al inclinarse por el cumplimiento de los acuerdos establecidos entre empleadores y empleados debería ser una estrategia de buen gobierno corporativo, para potenciar la motivación de los colaboradores y establecer mecanismos de medición que permitan observar la relación de esta estrategia, con la obtención de las metas organizacionales. El salario es importante puesto que constituye para la mayor parte de la población económicamente activa su única fuente de ingresos, y de él depende en mayor o menor proporción su grado de bienestar. (p.53)

74 de los colaboradores respondieron que ha sido regular la remuneración que percibe de su trabajo realizado.

Danty la-France señala que un empleado adquiere un importante valor adquisitivo que pueda tener con su salario, por tanto, siempre estará buscando los salarios más altos a cambio de su trabajo. Así mismo comenta que es conveniente unir el salario al trabajo producido por una relación precisa y fácilmente discernible; no se trata solamente de la cantidad de trabajo ejecutado, sino que es necesario también hacer intervenir la calidad del trabajo, su grado de

dificultad y, de una manera general, todos los factores que influyen en el resultado.

Chiavenato (2000) indica que: “el empleado principiante tiende a incorporar altos patrones de desempeño y expectativas positivas respecto de las recompensas que pueda obtener si su desempeño es excelente.” (p. 283).

Comparto la opinión de Chiavenato, porque las recompensas hacia los colaboradores para un mejor desempeño y poder llegar a la meta fijada. Las remuneraciones surgen de las relaciones de empleo, por un proceso de intercambio entre dos partes, una es la organización y la otra es la persona que hace el trabajo, la organización busca obtener resultados del trabajo y el trabajador recibir una compensación por su trabajo realizado.

Es importante trazar un buen plan de remuneración que se base en los objetivos que describen los empleados, para garantizar equidad relativa según los puestos que tienen las empresas, y cumplir con las aspiraciones que tienen los trabajadores según las fluctuaciones en el mercado laboral

72 personas indican que se realiza una capacitación por mes siendo esta regular a criterio de los encuestados, 56 personas indican que se deben incrementar las capacitaciones en sus empresas.

Capacitar al personal es una tarea que deberá tener en cuenta el gerente o dueño. Significa una inversión que debe realizar si quiere conseguir empleados más competentes y, por tanto, mejores resultados y más beneficios económicos.

Siliceo Aguilar (2006) afirma: “la capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador”. (p.26).

Estoy de acuerdo con el autor Siliceo Aguilar, ya que podemos decir que capacitar al personal ayuda a llenar de conocimientos a los colaboradores ya que, se necesita personal que respalde a la compañía, es por eso que llega a ser una necesidad para las empresas, así los empleados cuentan con nuevas herramientas o nuevos conocimientos que deben asimilar.

Muchas empresas se enfrentaron a ello cuando los equipos informáticos comenzaron a formar parte del equipo básico de oficina, entre otros lugares cuando una nueva máquina debe ser

conocida por los empleados, y ante este tipo de novedades, es necesario guiar al personal para poder entenderlas.

.... Quienes sí conocen y han tenido la oportunidad de comprobar sus beneficios, entienden la capacitación como otra forma de inversión, en tanto que todo lo que aprenda un colaborador le permite mejorar ciertos aspectos de su labor diaria. Todo se traducirá en aportes. Otro problema tiene relación con no saber aplicar del modo adecuado este valioso recurso. Si bien, son muchas las compañías que se atreven a entregar capacitación de forma constante, también existen un gran número de ellas que desaprovecha la oportunidad, realizando una inversión errada.

<https://www.altonivel.com.mx/marketing/11998-la-importancia-de-capacitar-a-tus-vendedores/>. Recuperado: 03-02-2020

Comparto con lo escrito anterior ya que se puede decir que entonces si capacitamos al personal creará nuevos trabajadores mucho más rentables en sus puestos de trabajo, algo realmente importante para el empresario, asimismo también hay que destacar que la capacitación conseguirá que el personal esté más preparado y cuente con mayor conocimiento sobre sus funciones.

Lo anterior se traducirá en una resolución mucho más rápida de los problemas, ahorrando tiempo en la toma de decisiones por parte del personal y por tanto, la posibilidad de ahorrar recursos en la empresa.

Capacitar al personal, también otorga una mejor imagen empresarial, si se cuenta con personal más preparado y competente se estará dando una imagen de empresa seria que invierte en los recursos humanos, que al final son aquellos que hacen de intermediarios en la venta.

La capacitación también cuenta con ventajas para el personal; pues a través de la misma los individuos se ven más confiados y seguros de sí mismos, algo que se traduce en una mayor

satisfacción, asimismo, esta capacitación elimina temores a la incompetencia, consiguiendo individuos mucho más eficientes que no tienen miedo a enfrentarse a sus responsabilidades.

Sin duda alguna, capacitar al personal es importante, como podemos observar, pero no sólo en empresas privadas, sino que también debería ser una prioridad en los funcionarios públicos. Esta capacitación se puede observar como una formación continua, que conseguirá que los profesionales del sector público puedan renovar sus técnicas y resolver muchísimo más rápido su trabajo de cara a la sociedad.

125 personas entrevistadas nos dicen que es de vital importancia que la empresa motive al personal para incrementar la venta en la renta de equipo de oficina, 127 consideran que la motivación es una herramienta muy útil para alcanzar las metas trazadas, 83 indican que en su empresa se deberían realizar cambios en cuanto a la motivación y beneficios para los asesores de ventas.

...El vocablo motivación viene del latín “motivus o motus” significa “motivar y motivo” y el sufijo “ción” que es de “acción y efecto de motivar”, “motivus” también se refiere a “movimiento”. La motivación alude a la precisión, así como el señalamiento o intensidad que se revela en un sujeto cuando lleva a cabo una acción, pero siempre manteniendo una conducta firme hasta que logre cumplir con todos los objetivos planteados para así poder crear o aumentando con ello el impulso necesario para que se ponga en obra ese medio, esa acción o bien para que deje de hacerlo.

<https://www.conceptodefinicion.de/motivacion/>. Recuperado: 06.02.2020

Estoy de acuerdo a lo citado anteriormente, puedo decir que la motivación puede definirse como el señalamiento o énfasis que descubre una persona hacia un determinado medio de satisfacer una necesidad, creando o aumentando con ello el impulso necesario para que ponga en obra ese medio o esa acción. La motivación exige necesariamente que haya alguna necesidad de cualquier grado, puede ser absoluta o relativa, de placer o de lujo.

Las organizaciones aplican planes de incentivos sobre la base de que se beneficie tanto el personal como la organización, que sean entendibles por el personal y se establezcan indicadores de control para el seguimiento por las partes interesadas.

Motivar significa estimular, animar, impulsar a las personas para que se muevan o luchen por un objetivo. En este caso el reto sería reforzar y multiplicar el número de ventas. Sin embargo, conseguir incrementar la motivación en la empresa no es una tarea sencilla; requiere tiempo y dedicación para conocer a fondo a los miembros de tu equipo y saber cómo obtener lo mejor de cada uno. No obstante, el esfuerzo merece la pena, los trabajadores acudirán a su lugar de trabajo mucho más contentos, se encontrarán a gusto desarrollando sus funciones y brindarán a los clientes o usuarios un trato y servicio excepcional. Todo esto se traduce en una mayor productividad de los trabajadores, una mayor satisfacción de los clientes y un incremento de la rentabilidad de la empresa.

3.2 Hallazgos y análisis general

La encuesta que se realizó fue hecha específicamente para personas que laboran en el área de venta y renta de equipo de oficina, según el estudio realizado se tiene que el 85% de los encuestados comprenden sobre motivación e incentivos como parte del estímulo interno para cumplir con los objetivos de ventas. El 15% lo interpreta como una especie de remuneración que el empleado recibe dentro de la empresa.

El 69% de los encuestados considera que la empresa donde laboran nunca ha cumplido con los beneficios que prometieron al contratarlos por el cumplimiento de sus objetivos, el 30% declara que algunas veces el empleador cumple con los beneficios prometidos y el 1% responde que la empresa sí cumple con los beneficios prometidos al alcanzar los objetivos.

El 85% de las personas que participaron en la encuesta señalan que no han recibido incentivos y/o reconocimientos durante los últimos meses, mientras que un 15% afirman que sí los han recibido. En Guatemala existen muchas empresas que no dan incentivos o reconocimientos con periodicidad a sus empleados, lo cual es muy importante que las empresas empezaran a priorizar las recompensas a los colaboradores para mantenerlos motivados.

En el estudio realizado el 56% de los encuestados califica de regular la remuneración que reciben acorde al trabajo que realizan, el 42% la califican de buena y el 2% indican que es mala.

La remuneración que un empleado percibe debe ser acorde al trabajo realizado, siendo este uno de los elementos esenciales en toda relación laboral, y se compone de recompensas cuantificables, que representan el importe que recibe un trabajador por su trabajo.

En el trabajo de investigación al indagar sobre cómo consideran los encuestados la relación entre ellos y sus jefes el 51% respondieron que es regular, el 48% consideran que es buena y el 1% respondió que es mala dicha relación.

Un jefe, por lo tanto, debe propender porque sus subordinados trabajen de la mejor manera y tengan todos los recursos necesarios a su disposición en el momento que los requieran. Además, deben motivar y estimular las capacidades de cada individuo, apoyando sus ideas y destacando sus logros, para sacar de ellos todo el potencial que estén dispuestos a entregar.

Sin embargo, el empleado también debe poner de su parte para ganar esta confianza y encontrar en su jefe un aliado incondicional para la consecución de sus propósitos. Recordemos que un cambio en la actitud del uno influye en la del otro y viceversa.

Si el jefe observa que su empleado trabaja bien, el primero se sentirá bien y seguirá luchando porque esa tónica no cambie, o si el subordinado siente que su jefe lo trata mal, no hará su labor de la mejor forma al sentirse herido, desprotegido y sin alguien que lo apoye.

En relación a la pregunta: ¿cómo considera la relación entre usted y sus compañeros de trabajo? En el presente estudio se tiene que el 51% indica que es buena, el 49% señala que dicha relación es regular y no se tiene ninguna opinión acerca de que la relación sea mala.

En el trabajo se requiere establecer comunicación constante con las personas, generando así relaciones interpersonales sanas, aprovechando los medios que se encuentran actualmente, no dejando a un lado la comunicación cara a cara, ya que hoy en día se utiliza la comunicación virtual en mayor medida, en donde el lenguaje no verbal no se percibe, como son los gestos corporales o las emociones, y por lo tanto la interpretación del mensaje puede variar.

El 54% de los encuestados señalaron que reciben capacitaciones de motivación mensualmente, el

30% indicaron que la reciben cada dos meses o más y el 16% reportan que no reciben dichas capacitaciones.

El 38% de las personas que participaron en este estudio respondieron que la capacitación recibida en la institución donde laboran es buena, el 54% opinaron que es regular y 8% indicaron que la capacitación que reciben es mala.

La capacitación al personal dentro de la empresa es con la finalidad que realice su trabajo con facilidad y entusiasmo, además de disminuir el desperdicio de material o de horas que tardaría en realizar de forma eficiente su trabajo ya que, si se encuentra altamente capacitado, realizará las actividades con mayor facilidad e interés, creando mayor productividad.

Los datos del estudio indican que el 95% de los encuestados consideran que es muy importante que la empresa motive al personal para incrementar la renta del equipo, el 4% señalan que es poco importante la motivación en la renta de equipo y el 1% respondió que es nada importante ser motivados para la renta.

Cuando se les preguntó a los encuestados: ¿considera usted que es una herramienta útil motivar al personal de ventas para el logro de las metas?, el 96% opinó que es muy útil, y el 4% señaló que es poco útil, ningún encuestado opinó que es nada útil para dicho fin.

El 53% de los encuestados opinó que la empresa donde laboran siempre aplica correctamente la motivación y los incentivos al personal, 42% respondió que algunas veces la empresa lo aplica correctamente y el 5% reporta que nunca es aplicado correctamente por la empresa donde laboran.

De los 132 encuestados el 78% cree que la empresa donde labora ha cumplido en dar los beneficios que prometió al principio de la relación laboral, el 22% declaró que la empresa no ha cumplido con los beneficios que se pactaron al momento de contratarlos.

Cuando se le preguntó a los encuestados si la empresa donde laboran tiene claros los objetivos en cuanto a la renta de equipos, el 87% señaló que sí, el 13% respondió que no los tiene claros.

El 63% de los encuestados opinan que se deben realizar cambios en la empresa donde laboran en cuanto a la motivación y los beneficios para los asesores de ventas, el 37% consideran que no se

deben realizar dichos cambios.

Por último, se les cuestionó qué cambios proponen que haga la empresa y los resultados son los siguientes: el 42% respondió que sugieren se brinden más capacitaciones, 37% no propone cambios y el 21% se inclinó por proponer más incentivos.

3.3 Conclusiones

1. Se puede generalizar que las empresas que se dedican a la renta de equipo de oficina en la ciudad de Guatemala conocen los beneficios de la motivación e incentivos como una herramienta para alcanzar los objetivos en las ventas.

2. Como resultado de la investigación se encontró que el 85% de los encuestados de una muestra de 132 empleados que prestan sus servicios en las diferentes instituciones que se dedican a la renta de equipo de oficina, el personal que labora actualmente tiene conocimiento acerca de la motivación e incentivos y los conocen como otra remuneración que pueden obtener si alcanzan sus metas para que la empresa en si llegue a sus resultados positivos.

3. Las empresas en Guatemala que se dedican a la renta de fotocopiadoras, según el estudio realizado se determina que cumplen en gran parte con la capacitación y motivación hacia el personal de ventas y lo realizan periódicamente conscientes de la importancia necesaria para ofrecer un mejor servicio al consumidor final.

4. Se obtuvo que el 84% de los empleados de las empresas que rentan equipo de oficina de una muestra de 132, de acuerdo al resultado obtenido en la gráfica número 3, reconocen que las instituciones para la que laboran sí aplica la incentivación, con todo aquello que tienen el propósito de estimularlos y los induce a que tengan una conducta determinada que directa e indirectamente.

Lo anterior compagina con el objetivo de conseguir mayor calidad, cantidad y satisfacción, debido a esto la empresa ofrece una serie de incentivos a sus empleados para lograr elevar la

producción y a su vez mejorar el rendimiento. Estos pueden partir de una variable del salario o por medio de un reconocimiento y el buen resultado ante lo exigido.

Referencias

- Chiavenato, Idalberto (2000) **Administración de recursos humanos**. Colombia: Editorial Nomos S. A.
- Conde Pérez, Ernesto Manuel (2007) **Factores de éxito en las ventas**. Colombia
- Danty la-France (1960) **Práctica de la remuneración del trabajo**. Madrid, España: Editorial Rialp, S.A
- Mark W, Johnson (2009) **Administración de ventas**. México: Editorial Ricardo Alejandro del Bosque Alayón
- Martínez, José (2018) **Dinámica de la investigación**. Guatemala: Editorial publicaciones AMC
- Siliceo Aguilar, Alfonso (2004) **Capacitación y desarrollo de personal**. México: Editorial Limusa, S.A.
- Páginas amarillas de Guatemala.** (2018-2019).
<https://www.paginasamarillas.com.gt/departamento-guatemala/servicios/alquiler-de-fotocopiadoras>.
- Páginas amarillas de Guatemala.** (2018-2019).
<https://www.paginasamarillas.com.gt/departamento-guatemala/servicios/xerox>
- La importancia de capacitar a tus vendedores** (2011, 09 de agosto).
<https://www.altonivel.com.mx/marketing/11998-la-importancia-de-capacitar-a-tus-vendedores/>.
- Concepto definición (2019, 18 de julio) **Definición de motivación**.
<https://www.conceptodefinicion.de/motivacion/>

Anexos

Anexo 1

Encuesta



Encuesta para el personal que labora en entidades dedicadas al comercio en renta de equipo de oficina en el municipio de Guatemala, departamento de Guatemala.

La presente encuesta constituye la base de una investigación científica, que se lleva a cabo previo a obtener el título de Licenciatura en Administración de Empresas en Universidad Panamericana, la información servirá para poder determinar si las empresas conocen el beneficio de lamotivación como elemento de apoyo para el logro de los objetivos en ventas de rentadoras de equipo de oficina en la ciudad de Guatemala.

Instructivo: A continuación, se le presenta una serie de preguntas, maque alguna de las opciones que se le presentan.

1. ¿Qué comprende usted sobre motivación e incentivos?

2. ¿Cree que la empresa donde labora ha cumplido con los beneficios que se le prometió al contratarlo para el cumplimiento de los objetivos?

Siempre Algunas veces Nunca

3. ¿Ha recibido usted incentivos y/o reconocimientos durante los últimos meses?

Si No

4. La remuneración que percibe usted ¿responde al trabajo realizado?
- Buena Regular Mala
5. ¿Cómo considera la relación entre usted y su jefe inmediato?
- Buena Regular Mala
6. ¿Cómo considera la relación entre usted y sus compañeros de trabajo?
- Buena Regular Mala
7. ¿Con que frecuencia realizan capacitaciones de motivación en su empresa?
- 1 por mes 2 o más por mes No realizan
8. ¿Considera usted que la capacitación recibida por su institución ha sido?
- Buena Regular Mala
9. ¿Cree usted que es importante que la empresa motive al personal para incrementar la renta de equipo?
- Muy importante Poco importante Nada importante
10. ¿Considera usted que es una herramienta útil motivar al personal de ventas para el logro de las metas?
- Muy útil Poco útil Nada útil
11. ¿Considera que la empresa aplica correctamente la motivación y los incentivos para el personal?
- Siempre Algunas veces Nunca
12. ¿Cree que la empresa ha cumplido en dar los beneficios que ha prometido al principio?
- Si No

13. ¿La empresa tiene claro los objetivos en cuanto a la renta de equipos?

Si No

14. ¿Usted cree que deberían de realizar cambios en la empresa en cuento a la motivación y los beneficios para los asesores de ventas?

Si No

15. Si su repuesta anterior es positiva, indique qué cambios realizaría.
