



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS**

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:**

**TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

PLAN DE INCENTIVOS PARA EL PERSONAL DE VENTAS DE LA  
EMPRESA CALIPRIX S.A., UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

**Autor:** Chacón Baños Nivia Fernanda

**Tutor:** Msc. Alvarado Ajila Alberto

GUAYAQUIL, ECUADOR

**2022**

## Índice General

<b>Contenidos</b>	<b>Páginas</b>
Portada	
.....	i
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>ii</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>iii</b>
<b>CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....</b>	<b>iv</b>
<b>CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT .....</b>	<b>v</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>Índice General.....</b>	<b>viii</b>
<b>Índice de Cuadros.....</b>	<b>xiii</b>
<b>Índice de Figuras .....</b>	<b>xiv</b>
<b>CAPÍTULO I .....</b>	<b>1</b>
<b>EL PROBLEMA .....</b>	<b>1</b>
<b>Planteamiento del Problema.....</b>	<b>1</b>
<b>Ubicación del problema en el contexto.....</b>	<b>3</b>
<b>Situación conflicto.....</b>	<b>5</b>
<b>Formulación del problema .....</b>	<b>6</b>

<b>Variables de investigación .....</b>	<b>6</b>
<b>Delimitación del problema .....</b>	<b>6</b>
<b>Objetivos de la investigación.....</b>	<b>7</b>
<b>Objetivo general.....</b>	<b>7</b>
<b>Objetivos específicos .....</b>	<b>7</b>
<b>Justificación de la investigación .....</b>	<b>7</b>
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>9</b>
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>9</b>
<b>Antecedentes Históricos.....</b>	<b>9</b>
<b>Antecedentes Referenciales .....</b>	<b>12</b>
<b>Marco Teórico .....</b>	<b>13</b>
<b>Administración .....</b>	<b>13</b>
<b>Administración del Talento Humano.....</b>	<b>15</b>
<b>Motivación.....</b>	<b>17</b>
<b>Tipos de Motivación .....</b>	<b>17</b>
<b>Teoría de la motivación de Herzberg .....</b>	<b>18</b>
<b>Plan de Incentivos .....</b>	<b>19</b>
<b>Beneficios de los Incentivos.....</b>	<b>20</b>
<b>Tipos de Incentivos .....</b>	<b>21</b>
<b>Desempeño Laboral .....</b>	<b>22</b>

<b>FODA</b> .....	<b>23</b>
<b>DAFO</b> .....	<b>24</b>
<b>Espina de Ishikawa</b> .....	<b>24</b>
<b>Plan Mejora 5w2h</b> .....	<b>25</b>
<b>Marco Legal</b> .....	<b>26</b>
<b>Variables de la Investigación</b> .....	<b>31</b>
<b>Definiciones Conceptuales</b> .....	<b>31</b>
<b>CAPÍTULO III</b> .....	<b>35</b>
<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>35</b>
<b>Breve Reseña histórica de la creación de la Empresa</b> .....	<b>35</b>
<b>Logo</b> .....	<b>36</b>
<b>Misión</b> .....	<b>36</b>
<b>Visión</b> .....	<b>36</b>
<b>Estructura Organizativa</b> .....	<b>37</b>
<b>Plantilla total de trabajadores</b> .....	<b>37</b>
<b>Clientes, proveedores, competidores</b> .....	<b>37</b>
<b>Principales productos o servicios</b> .....	<b>38</b>
<b>Diseño de la Investigación</b> .....	<b>43</b>
<b>Diseño Bibliográfico</b> .....	<b>43</b>

<b>Diseño Científico .....</b>	<b>44</b>
<b>Diseño Cualitativo .....</b>	<b>44</b>
<b>Diseño Cuantitativo .....</b>	<b>44</b>
<b>Tipos de Investigación .....</b>	<b>45</b>
<b>Descriptiva .....</b>	<b>45</b>
<b>Exploratoria.....</b>	<b>45</b>
<b>Explicativa.....</b>	<b>45</b>
<b>Correlacional.....</b>	<b>45</b>
<b>Población .....</b>	<b>46</b>
<b>Muestra.....</b>	<b>46</b>
<b>CAPITULO IV.....</b>	<b>52</b>
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....</b>	<b>52</b>
<b>Análisis general de la encuesta.....</b>	<b>63</b>
<b>Análisis de la Entrevista.....</b>	<b>63</b>
<b>Análisis general de la entrevista .....</b>	<b>66</b>
<b>Guía de Observación .....</b>	<b>66</b>
<b>Análisis de la situación de la empresa.....</b>	<b>68</b>
<b>Análisis de la Matriz DAFO .....</b>	<b>68</b>
<b>Espina de Ishikawa.....</b>	<b>70</b>

<b>Técnica 5w2h .....</b>	<b>71</b>
<b>Plan de incentivo para el personal de venta .....</b>	<b>72</b>
<b>Misión .....</b>	<b>72</b>
<b>Visión.....</b>	<b>72</b>
<b>Valores Empresariales .....</b>	<b>72</b>
<b>Falencias en la motivación del personal.....</b>	<b>73</b>
<b>Mejora.....</b>	<b>73</b>
<b>Desarrollo del plan de incentivos .....</b>	<b>74</b>
<b>Presupuesto.....</b>	<b>80</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>81</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>82</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>83</b>

## Índice de Cuadros

Cuadro 1 Proceso de la Administración .....	14
Cuadro 2 Género de las personas encuestados .....	52
Cuadro 3 Implementación de incentivos laborales .....	53
Cuadro 4 Motivación al realizar actividades .....	54
Cuadro 5 Valoración en las funciones realizadas .....	55
Cuadro 6 Salario de acorde a sus funciones.....	56
Cuadro 7 Incentivos en el periodo actual .....	57
Cuadro 8 Incentivos que recibe .....	58
Cuadro 9 Desempeño de acorde al sueldo .....	59
Cuadro 10 Mejora productividad .....	60
Cuadro 11 Incentivos laborales que prefiere.....	61
Cuadro 12 Incentivos laborales.....	62
Cuadro 13 Ficha técnica de Observación .....	66
Cuadro 14 FODA .....	68
Cuadro 15 Espina de Ishikawa .....	70
Cuadro 16 Técnica 5w2h .....	71
Cuadro 17 Incentivos.....	74
Cuadro 18 Desempeño.....	79
Cuadro 19 Presupuesto de la propuesta.....	80

## Índice de Figuras

Figura 1 FODA .....	23
Figura 2 Espina de Ishikawa .....	25
Figura 3 Logo de la empresa .....	36
Figura 4 Organigrama de la empresa .....	37
Figura 5 Zapatos casuales marca Aldo .....	38
Figura 6 Zapatos deportivos marca Aldo .....	39
Figura 7 Zapatos de mujer marca Aldo .....	39
Figura 8 Zapatos deportivo de mujer marca Aldo .....	40
Figura 9 Botas marca Aldo .....	40
Figura 10 camisa marca MNG .....	41
Figura 11 Blusa marca MNG .....	41
Figura 12 Camisa marca MNG .....	42
Figura 13 Zapatos de mujer marca MNG .....	42
Figura 14 Billetera Parfois.....	43
Figura 15 Género de las personas encuestadas.....	52
Figura 16 Pregunta 1 Implementación de incentivos laborales .....	53
Figura 17 Pregunta 2 Motivación al realizar actividades .....	54
Figura 18 Pregunta 3 Valoración en las funciones realizadas .....	55
Figura 19 Pregunta 4 Salario de acorde a sus funciones .....	56
Figura 20 Pregunta 5 Incentivos en el periodo actual .....	57
Figura 21 Pregunta 6 Incentivos que recibe.....	58
Figura 22 Pregunta 7 Desempeño de acorde al sueldo .....	59
Figura 23 Pregunta 8 Mejora productividad .....	60
Figura 24 Pregunta 9 Incentivos laborales que prefiere .....	61
Figura 25 Pregunta 10 Incentivos laborales .....	62
Figura 26 Regalo a empleados.....	75



75	Figura 27	Día extra de vacaciones.....	75
	Figura 28	Reconocimiento a empleados.....	76
	Figura 29	Flexibilidad de horario.....	76
	Figura 30	Bonos de consumo.....	76
	Figura 31	Evento especial.....	77
	Figura 32	Capacitación.....	77
	Figura 33	Tienda comercial.....	78

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **Planteamiento del Problema**

Los negocios comerciales según Zapata y Hernández (2010) carecen de consecución en sus ventas, debido a la insuficiencia de planes de incentivos a los colaboradores, de tal manera sus actividades en la productividad se ven reflejados en el comercio. Es importante que se pueda analizar y diagnosticar mecanismos tácticos que puedan impulsar las ventas.

Las empresas dedicadas a la venta de ropa, calzado y accesorios mantienen algunos inconvenientes en su rendimiento, debido que existe mucha competitividad en el mercado. De tal manera, se debe conocer que algunos negocios desarrollan tácticas, dado que adapta una organización planificada en base a un diagnóstico en el negocio, viendo la forma idónea de poder aumentar su rentabilidad.

Siguiendo el párrafo anterior, cabe recalcar que algunos negocios malogran sus ventas, por la insuficiencia de estrategias, no obstante, se debe verificar la parte interna del negocio, para verificar si los vendedores cumplen con su rol en las ventas.

El autor Montejo (2009) considera importante a los vendedores en el negocio, dado que contribuyen a incrementar su utilidad y satisfacer a los usuarios de forma general, por ende, es importante el desarrollo de plan de incentivos para que se tenga un mejor vínculo en las exigencias existentes en el mercado.

El buen vendedor tiene conocimiento de lo que oferta en el mercado y le brinda toda la información correspondiente al cliente, incluyendo los beneficios, prestando una atención personalizada en base a la necesidad y preocupación que tengan los clientes, donde ellos serán quienes tomen su determinación en la compra.

Este vínculo entre la motivación y producción según Cueva (2016) en los negocios se desenvuelven con teorías que se basan en la conducta del vendedor, dado que contribuyen mediante impulsos, siendo útiles para alcanzar lo que desean, posibilitando mejorías en la organización desarrollando una responsabilidad en los colaboradores proporcionando recompensas esenciales en sus labores.

Los incentivos y motivación son componentes importantes para la consecución empresarial, por ende, es pertinente que los colaboradores tengan un impulso en el proceso de sus funciones, garantizando los objetivos, siendo ideales para lo que se oferta en el mercado, constituyendo un nivel alto en competencia. Las ventas se determinan a través de su desarrollo y proceso con el cliente, mediante una planificación dinámica que tenga la capacidad de cumplir su objetivo.

Por otra parte, las empresas mantienen poco estímulo que se encuentre orientado a la calidad, precio y satisfacción, de tal manera los incentivos pueden aumentar el nivel de ventas, en base a un mejor rendimiento, cubriendo con las expectativas que requieren los clientes, diferenciándose a otros negocios.

Algunas empresas grandes y medianas replican incentivos en el incremento de salarios en sus colaboradores por su buen desempeño, ameritando una gratificación en efectivo de manera mensual para que puedan aumentar su producción, obteniendo una actividad económica amplia en base a la actual.

El cumplimiento de los objetivos es un factor que se desenvuelve en base a la influencia de los intereses de un negocio, siendo óptimos a través de la comunicación, tomando en cuenta que se involucra la parte interna de una empresa, que generan límites necesarios para un rendimiento efectivo en sus ventas.

La gerencia y parte administrativa de la empresa son los encargados en la toma de decisiones. Por ende, mantener a sus colaboradores motivados de forma verbal o monetariamente se pueda reflejar el compromiso que desarrollan en sus funciones.

Es necesario que se genere una satisfacción significativa en la parte interna de la empresa, mediante un desarrollo progresivo en base a logros obtenidos, midiendo los riesgos que a futuro puede tener la organización para ver si es necesario aplicar un plan de incentivos.

### **Ubicación del problema en el contexto**

En Europa las empresas desarrollan una motivación en sus colaboradores, cumpliendo una meta en sus ventas, de acorde a la actividad de cada negocio, siendo un factor importante dentro la capacidad de relación entre clientes y colaborador.

Valoran el esfuerzo de cada uno de sus colaboradores, por su capacidad de desempeño, siendo adecuado para el aumento de su rentabilidad como organización, considerando importante el implemento de motivación en las ventas para que puedan desarrollar un mejor servicio y poder ende, se ejecute la venta.

Considerando importante y oportuno una capacitación para diagnosticar la situación de cada colaborador y si tiene la suficiente capacidad de relación para tratar con los clientes y que no solo vea como oportunidad el poder representar a la empresa por los beneficios o incentivos que se ofrece de manera interna a cada empleador.

En Centroamérica, países, como: México, Honduras y Guatemala los gerentes desarrollan una planificación en base a motivación de acorde a la clase de vendedor que tengan en la empresa, por la forma de que cada uno se adapta a la realidad del mercado. Considerando que el cumplimiento de meta es importante para que puedan ganar un sueldo completo, debido que su trabajo es vender.

Es indispensable generar una satisfacción en el rol que se desempeña en el área de ventas, pero algunas empresas carecen de recursos económicos, como para dar algo más que el sueldo, por eso cada colaborador se encuentra enfocado en su función para satisfacer las necesidades de los clientes.

El plan de incentivos debe ser motivador para los colaboradores porque, sino se logra un impacto puede ser perjudicial en el rendimiento, por ejemplo: cuotas altas, pueden generar un bajo nivel en ventas y seria notorio el poco esfuerzo de los colaboradores.

En Ecuador la motivación e incentivos a los colaboradores de las empresas han sido deficientes durante mucho tiempo en grandes y pequeñas empresas, siendo un problema que repercute en la parte interna y externa de las organizaciones, ya que su rendimiento en las ventas depende netamente del vendedor, por lo tanto, se encuentra sujeta a la rentabilidad de los ingresos del negocio.

En la actualidad a las empresas se les dificulta gastar grandes cantidades en sus colaboradores, dado que puede significar una amenaza a futuro o estabilidad, manteniendo un rol algo complicado ante la situación de darles algún tipo de incentivos. Pero eso puede generar una desmotivación y mal ambiente laboral en los colaboradores, afectando netamente a la rentabilidad y productividad de la empresa.

La empresa Caliprix S.A., es una organización en Ecuador con sede principal en Quito, cuenta con una sucursal en Guayaquil, ubicada en el

centro comercial San Marino Shopping en la avenida Francisco de Orellana. Dicha institución se encarga de la venta de ropa, calzado, accesorios de moda y una amplia selección de estilos y colores, tanto para mujeres como hombres que buscan estilo, calidad y tendencia promoviendo servicios al público en general.

La empresa debe de trabajar en alternativas para fortalecer la motivación del personal de ventas y así lograr elevar el desempeño laboral. Los incentivos forman parte de estrategias para la rentabilidad de la organización, pero en ocasiones los limitantes económicos hace que el rendimiento de los vendedores baje, debido que califican los administradores de la empresa, como gastos innecesarios, dado que tienen un sueldo fijo y consideran poco relevante el gozo de otras utilidades.

Por el alto nivel de competencia de negocio en ropa, calzado y accesorios, es necesario el poder motivar al personal para que generen un interés al poder desarrollar sus funciones y que logren aumentar la rentabilidad de la organización.

### **Situación conflicto**

La falta de motivación laboral hace que los colaboradores de la empresa tengan un bajo desempeño en las ventas, siendo notorio el carecimiento de plan de incentivos. Se atribuye en un diagnóstico inicial que esto se da porque carece de incentivos laborales por el cumplimiento de ventas, solo pagan el sueldo si se llega a la meta, por tal razón el personal se siente desmotivado y no hace un esfuerzo por vender. Este inconveniente se viene dando en los últimos años, unido a lo anterior debido y que agrave la problemática es que no existe en la estructura de ventas.

Por ende, se debe solucionar este problema a través de cursos para quienes deseen estudiar algún idioma, canastas con multiproductos, bonos, ascensos y tarjetas de regalo, para mejorar su desempeño, aunque

no cumplan con el ritmo que deben, va a existir esta proporcional en base a rangos de ventas.

### **Formulación del problema**

¿Cómo fortalecer la motivación del personal de ventas para elevar el desempeño laboral de la empresa Caliprix S.A., ubicada en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas, en el año 2022?

### **Variables de investigación**

**Variable independiente:** Motivación del personal

**Variable dependiente:** Desempeño laboral

### **Delimitación del problema**

**Campo:** Administración del Talento Humano

**Área:** Administración

**Aspectos:** Elevar el desempeño laboral

**Contexto:** empresa Caliprix S.A.

**Cantón:** Guayaquil

**Provincia:** Guayas

**Año:** 2022

**Tema:** Plan de incentivos para el personal de ventas de la empresa Caliprix S.A., ubicada en la ciudad de Guayaquil.

## **Objetivos de la investigación**

### **Objetivo general**

Diseñar un plan de incentivos al personal de ventas para elevar el desempeño laboral de la empresa Caliprix S.A, de la ciudad de Guayaquil.

### **Objetivos específicos**

- Fundamentar los aspectos teóricos de la Administración del Talento Humano relacionados a la motivación del personal de ventas, plan de incentivos enfocado al desempeño laboral en las empresas.
- Identificar las falencias en la motivación del personal de ventas de la empresa Caliprix S.A, de la ciudad de Guayaquil
- Estructurar un plan de incentivos al personal de ventas orientado a elevar el desempeño laboral de la empresa Caliprix S.A, de la ciudad de Guayaquil.

### **Justificación de la investigación**

La actual indagación es de gran relevancia en la empresa Caliprix S.A., porque permite mantener un desarrollo en las empresas, de tal manera el consumidor se sienta satisfecho con la atención recibida, por lo tanto, es necesario brindar una buena apariencia del negocio por medio de productos o servicios de calidad. De tal manera se necesita mantener un buen vínculo entre colaboradores y la parte administrativa para generar un buen desarrollo profesional en el crecimiento de la empresa.

Los incentivos laborales permiten que los empleados tengan una motivación al realizar sus funciones, por ende, es factible el poder emplearlos para producir un mejor rendimiento en la organización. En los siguientes puntos se detalla la conveniencia, relevancia social, valor teórico y unidad metodológica.



Conveniencia: los empleados de la empresa Caliprix S.A., se sentirán contentos al sentirse motivados a través de incentivos, ofreciendo un mayor rendimiento laboral, cumpliendo con los objetivos de ventas que distribuya la empresa por empleador.

Relevancia social: por medio del plan de incentivos se beneficiará de manera directa a los vendedores, lo cual va servir en el entorno laboral, debido que todos los que cumplan la meta obtendrán un reconocimiento.

Valor teórico: Lo que caracteriza a esta investigación, radica en que las ideas propuestas pueden generar otros planteamientos que suscitan otros análisis desarrollando así conceptos y teorías más amplias. La información que se transmite en este texto es susceptible de juicios críticos que contribuyan aún más al objetivo de este trabajo y las variables que subyacen en la problemática, incluso, a través de las ideas señaladas se pueden desprender otros cuestionamientos, relacionados a planes de incentivos.

Utilidad metodológica: mediante los resultados se pretenden establecer mecanismos que incidan favorablemente en la economía de la empresa. El análisis de este tema creará conjeturas que profundizarán el problema y propiciará conclusiones sólidas referentes a la temática.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **Antecedentes Históricos**

La administración según Arteaga e Intriago (2016) se vincula en los seres humanos como un razonamiento lógico que trata de indagar la toma de decisiones, para tener un liderazgo útil, en la organización y planificación para alcanzar las metas. En la historia ha ganado gran terreno en la humanidad, dado que se convive a diario con la administración, satisfaciendo las necesidades en la sociedad.

Mediante obligaciones específicas la administración mantiene una historia importante, desde la prehistoria, donde realizan trabajos en base a la división y coordinación de funciones asignadas para quienes se dedicaban a la recolección de alimentos, caza, racionalización de recursos, y cuidado del fuego.

Al ser el humano sedentario y surgir netamente de las culturas se desarrollan sistemas jerárquicos, mediante una división de poder, basada en la parte económica y social. Siendo guiada desde los gobernantes, sacerdotes, pueblo y esclavos, donde se garantiza la conducta adecuada de las civilizaciones mediante reglas que sirven para tener un procedimiento significativo en el pensamiento de Aristóteles.

Mediante la caída del Imperio Romano, llega la edad media, donde mediante la organización y planificación se lleva a cabo objetivos en la administración descentralizada, para las personas que trabajaban sus tierras, manteniendo un poder y protección de la misma.

Las iglesias ganaron terreno en la parte social, siendo autoridad se tenían que cumplir con las decisiones que tomaban, como ascenso de jerarquías y desarrollo en las empresas o mercaderes, en la ciudad de Venecia donde se realizaba una comercialización en distintos puntos para tener ganancias sobre sus ventas.

En la edad moderna con el desarrollo de nuevos conocimientos en las máquinas, se empieza con una gran revolución a nivel mundial, reemplazando lo artesanal por fábricas, teniendo un incremento en la producción y aumento del capital.

En el siglo xx, el rendimiento o productividad carecía de utilidad, de tal manera que el nivel de vida de las personas mantenía poco desarrollo, pero con el avance del tiempo se fue modernizando, teniendo una sostenibilidad capaz de producir una integración económica entre países. (Zaid, 2012).

Las funciones comerciales han ganado espacio en el mercado, viéndose como una necesidad en distintos medios, como la nutrición o alimentación, vestimenta o residencia, acoplándose día a día en las personas, de tal manera el dinero es útil para los intereses de los negocios.

En la actualidad se encuentra en una constante transformación y actualización en base a la tecnología con una optimización la cual es recurrida por los seres humanos. La cual es adaptada en las empresas. La administración es aprovechada para cumplir los objetivos que requiere la empresa.

La venta de forma abierta en el mercado ha proporcionado que distintos artículos de productos se puedan comercializar de forma regulada y por categorías haciendo que existan miles de negocios o emprendimientos, ya sea forma física o digital.

Las ventas comenzaron a promover el comercio en distintas partes del mundo, siendo apropiados para las operaciones, pero se comenzó a crear

incentivos en la circulación de la administración, proporcionando una objetividad en el desempeño de la producción de los empleados. (Sherman & Chruden, 1999)

Esta motivación laboral se desarrolla como disyuntiva ante algún inconveniente como:

- Comprensión entre colaboradores
- Desmotivación
- Poca productividad
- Desinterés en la organización

Esta medición hace que se proyecte una necesidad de mejoría en las empresas, haciendo que exista un interés en el desempeño de los vínculos humanos en referencia a la actitud en las ventas. (Lopez, 2005)

De tal manera es relevante que se produzca un desarrollo óptimo en las personas para que sistematicen su labor, a través de motivación en sus actividades empleadas, mediante una participación de acorde a su personalidad, con una consolidación en su desempeño, considerando como una meta adecuada y debida los incentivos.

La motivación, forma parte de los empleados, siendo de gran satisfacción en su entorno, ya sea a través de incentivos, los cuales son vínculos que forman parte de la gratitud en su desempeño, de acorde a lo que rinda según su función en cada actividad, de tal manera la valoración va depender del departamento en que se encuentre el colaborador.(Bennassar, 2007)

Estos incentivos han permanecido o se han añadido a lo largo de la historia en base al desempeño formando parte de una remuneración por productividad, siendo eficaz para el desarrollo de labores en los empleados, otorgándoles premios para beneficiar tanto de forma interna o externa a la empresa.

## **Antecedentes Referenciales**

Revisando el Repositorio del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología teniendo una similitud con el tema “Diseño de un plan de incentivos al personal de ventas para la boutique Rossi Miranda- EC” (Burgos, 2019). Se quiere diagnosticar su problemática y solución para tomar en práctica en el proyecto actual.

Esta Boutique se dedica a la comercialización de vestimenta para hombres y mujeres, pero mantiene un poco rentabilidad en el proceso de ventas, por lo tanto, busca mejorar el desempeño de sus empleados a través de incentivos que ayuden a generar un compromiso en el nivel de ventas, lo cual ayudaría a desarrollar una mejor atención. De tal mantiene propone como incentivos por metas viajes en sus colaboradores, incentivándolos para cumplir con los objetivos que proponer la organización.

En la investigación proporcionado por la Universidad de Milagro, con el tema “Plan de incentivos no financiero como herramienta para el mejoramiento de la productividad” (Campos & Uruchima, 2019). Se proyecta para satisfacer las necesidades y mayor participación en los empleados con los clientes y así mejorar la rentabilidad de la empresa.

En la Revista Universidad y Sociedad, con el tema “La motivación en el desempeño laboral de los empleados de los hoteles en el Cantón Quevedo, Ecuador” (Manjarrez, Boza, & Mendoza, 2020). Toma conciencia al generar una necesidad y reconocimiento en sus colaboradores para que desarrollen una mejor prestación de servicios para los usuarios, por ende, desean mejorar sus condiciones de empleo.

Determina que es importante el implementar incentivos que motiven al vinculo interpersonal permitiendo generar una motivación en el equipo de trabajo en general para mejorar su desempeño en cada una de sus

actividades, cumpliendo con la meta que desea la organización que es vender lo que se proponen en cada año, de tal manera del incentivo es de aumento según el porcentaje en su rendimiento.

Tiene como propósito mejorar su productividad a través de un plan de atracción con programas que estimen una autorrealización en los intereses de los colaboradores, como canastas, premios por metas cumplidas, las cuales son significativas en la productividad y calidad en la atención de servicio al cliente.

Revisando el repositorio de la Universidad de Guayaquil, de la Facultad de Ciencias Administrativas, con el tema “Incentivos de Productividad a través de un plan de mejora salarial basado en competencias laborales del personal del área de cámara de la Exportadora de pescado Expotuna” (Romero, 2015). Tiene como finalidad mejorar sus resultados financieros.

Se establece un plan de incentivo salarial para que se pueda tener una competitividad en el mercado por medio de los empleados, basándose en su productividad, de tal manera el incrementar su salario es un premio monetario como parte de su esfuerzo y buen desempeño, siendo óptimos en su eficiencia laboral.

El tema de investigación “Creación de un programa de incentivos para el personal de la empresa Datafast S.A Guayaquil” (Rivera, 2017). Se asemeja al desarrollo del título que se está indagando. De tal manera busca integrar a sus empleados a través de una motivación empresarial a través de un programa de incentivos que contribuya con el personal en ascenso, días de descanso y bonificación por cumplimiento.

## **Marco Teórico**

### **Administración**

La administración en nuestro entorno ocurre en todos lados, ya sea en el hogar o empresas, esta última viéndose enfocado netamente en las

personas que representan la organización. La cual se origina en la humanidad, desde el ámbito geográfico, interviniendo a nivel global. (Cano, 2017)

De tal manera la administración se basa en un control que se encuentre planificado e integrado, con el objetivo de mejorar el rendimiento empresarial, realizando una gestión adaptada al mercado, por medio de un orden que obtenga lo que requiere la organización.

El autor García (2007) indica que las empresas generan una competitividad de acorde a sus actividades, mediante una planificación y organización, por ende, la parte administrativa es fundamental para saber cómo actuar ante un mercado amplio.

<b>Planeación</b>	Este proceso define lo que se va hacer, se establecen, las metas, objetivos, políticas, programas y presupuestos de la organización.
<b>Organización</b>	Básicamente el trabajo se divide por unidades de mando y procedimientos
<b>Integración</b>	La integración se va en la selección, contratación, capacitación del personal, además de la adquisición de los recursos materiales y monetarios con los que se van a realizar las actividades para lograr los objetivos a corto, mediano y largo plazo.
<b>Dirección</b>	La dirección define la manera en que se van a realizar las cosas, en donde la cadena de mando serán los encargados de la forma de decisiones de las gestiones administrativas.
<b>Control</b>	En esta etapa se evalúan, comparan, corrigen los errores para una mejor retroalimentación en los procesos.

Cuadro 1 Proceso de la Administración  
Fuente: Cano (2017)

Esta disciplina constituye un objeto de estudio que genera un aprendizaje en la empresa de forma sistematizada la cual se apoye en conducta con empresas grandes para tomar en consideración los cumplimientos que la regulan. De tal forma en la tabla 1 se detalla el proceso de la administración para su comprensión.

La sociedad para Hernández (2007) mantiene una transformación en la actualidad, comprando en empresas informales y formales, que han sido impulsadas por la necesidad de adquirir ya sea un producto o servicio, estructurando un buen manejo y siendo efectivo en el desarrollo del ser humano.

La cooperación del personal de trabajo es importante porque permite el desarrollo de un mejoramiento en sus actividades proporcionando un organismo necesario, que satisfaga la necesidad de los usuarios. Para esto se requiere de tácticas que ayuden en la efectividad de la gestión.

### **Administración del Talento Humano**

Esta área tiene como propósito tener un buen desempeño en la empresa, de tal manera necesita una eficaz contratación en su personal, el cual debe ser capacitado de forma constante para realizar una labor de acorde a las exigencias de la organización, manteniendo un mecanismo motivacional y productivo. (Flores & Otros, 2018)

Es importante que se garantice objetivos en área del talento humano para cumplir con el propósito de la empresa, mediante un desarrollo que pueda conversar el impulso en base a su experiencia y habilidades, ayudando al personal a tener una buena laboral en sus actividades.

El autor Vallejo (2015) indica que el propósito de la empresa es tener un compromiso con el empleador en cada función de las actividades, por ende, buscan alguien de acorde al perfil del puesto, para que no tengan inconveniente en base a su desempeño y tengan resultados óptimos.



Las tácticas que emplea la organización se dirigen de forma eficiente para que puedan cumplir con los objetivos establecidos a principio de año, siendo importante en la planificación, logrando un desarrollo que pueda satisfacer a la parte humanista, tanto interna, como externa de la empresa.

La administración de talento humano genera un proceso de políticas y normativas que se integran en base a las funciones que se desarrollan en la organización, por lo tanto, la organización y control en las actividades tienen que ser en base al cumplimiento de objetivos y planeación mediante un sistema de calidad.(Flores, 2018)

El sistema de talento humano permite administrar un rol eficaz, mediante una capacitación o instrucción para que puedan tener un aprendizaje en base a lo que requiere la empresa, retroalimentación, para que tengan en claro el éxito en base a las competencias.

Para (Flores & Otros, 2018) existen ventajas que permiten un buen desempeño en la administración de talento humano.

- Proceso continuo para mantener una mayor eficiencia.
- Fomentar una cultura organizacional.
- Disposición del empleador.
- Satisfacción laboral
- Poca rotación del personal

Es adecuado tener una buena gestión, debido que proporciona un mejor rendimiento en la organización, para esto se debe adaptar al mercado e invertir en recursos necesarios, optimizando un mejor rendimiento. Esta parte administrativa se tiene que aplicar y cumplir a carta cabal garantizando las metas que se proponga la empresa.

## **Motivación**

Esta motivación, mantienen un vínculo con los sentimientos y emociones, careciendo de la parte cognitiva, viéndose interesada en identificar el comportamiento de las personas en base a la necesidad que requiere el ser humano (Reeve, 1999)

Es importante que se genere un proceso funcional óptimo para que los seres humanos puedan tener un desplazamiento sistematizado en el área laboral, motivándose mediante sus acciones empleadas, para tener un buen bienestar.

La motivación comprende un proceso psíquico participativo en las funciones que desarrollan, siendo primordial en la personalidad, debido que de esto depende su conducta, la cual puede ser: Deseo, emoción, anhelos o sentimientos. (Cuevas & Otros, 2016). Es una aportación importante en la consolidación de estilos mediante enfoques que tengan carácter con criterios propios.

### **Tipos de Motivación**

La motivación intrínsecas y extrínsecas conllevan a una comprensión del entorno real, con criterios propios que hacen generar un interés en procedimientos motivacionales, constituyéndose como aporte para la parte cognitiva. (Rodríguez, 2006).

La motivación extrínseca mantiene estímulos frecuentes en la parte motivacional, haciendo referencia en la parte externa de las funciones, generando un interés en los individuos en base a una retribución, ya sea a través de recompensa o ascensos (Varna & Otros, 2009).

Estos factores permiten que se genere un reconocimiento, siendo un factor motivacional que incita a las personas que laboran a tener un cumplimiento efectivo en sus actividades, siendo objetivos de manera personal, haciendo referencia a las estrategias que se plantean en sus actividades.

La motivación intrínseca, mantiene una determinación en base a sus capacidades, viéndose motivada, esta persona no tendrá que pensar en lo malo, por ejemplo, el fracaso, sino le genera interés el poder aprender y satisfacer su rendimiento laboral. (Rodríguez, 2006)

Este tipo de motivación genera una autorrealización personal en base a objetivos trazados, no simplemente va a depender de premios, sino de su entusiasmo y compromiso en las capacidades que realiza en la empresa, implicando un mejor rendimiento.

### **Teoría de la motivación de Herzberg**

Por medio de esta teoría se detallan factores importantes en las empresas que se ajustan en base a las condiciones laborales, como:

**Elemento motivacional:** Se basa en darle una resolución o satisfacción a los colaboradores.

**Elemento de Higiene:** Desarrolla un esfuerzo en los colaboradores de la empresa, haciendo que su conducta pueda permanecer en un estado normal, para no generar conflicto en relación con otros. De tal manera es relevante que estas teorías permitan propulsar un mejor rendimiento en el campo laboral.

**Factor Económico:** Hace que se proyecte recompensas salariales o beneficios para el empleador, manteniendo una satisfacción en las personas.

**Carácter Laboral:** Genera un entorno propicio en el entorno laboral, cuidando el área, siendo higiénica y limpia para poder realizar las actividades de forma adecuada.

**Protección Laboral:** Esto debe encontrarse en el reglamento de la institución, debido que son normativas y políticas justas para las condiciones del empleador.

## **Plan de Incentivos**

Los planes de incentivos forman parte del desarrollo en la remuneración en base a su rendimiento, siendo fundamental y eficiente para los trabajadores, de tal manera se constituye un proporcional adicional a la mensualidad que se le otorga al empleador por su productividad extra. Estos incentivos son estimados como premios, beneficiándolos por su buen empeño. (Larran & Rees, 2000)

En la actualidad el ofrecer un buen salario va a depender netamente de las empresas, si se encuentran en las condiciones adecuadas y si son justos con sus empleadores con su rendimiento, debido que con esto generan motivación y complacencia en su proceso personal y profesional, en cualquier función que desempeñen.

Los colaboradores de las organizaciones no solo cobran una mensualidad debida, sino que también en ocasiones les dan algún tipo de beneficios, como es el caso de darle por su desempeño, de acorde a lo que realizan, dependiendo su actividad, la cual es considera uno de los incentivos antiguos, al igual que el grupal, cuando le dejan una meta relacionada a cada equipo de colaboradores. (Kerr, 2003).

La motivación, forma parte de estos incentivos que ayudan de forma significativa a los colaboradores, de tal manera que en el entorno de recursos humanos desarrollan varios métodos para incrementar la producción en el empleador, influyendo a través de incentivos. Los cuales son parte fundamental como cambiante en el salario, siendo una gratitud que apremia a su buen desempeño.

Se debe examinar si los incentivos van de acorde a la producción que desarrolla cada empleado, porque de esto va depender los distintos beneficios que se crean en las empresas. Tomando en cuenta que una empresa puede dar incentivos, siempre y cuando no tengan inconvenientes monetarios. (Garcia, 2007)

La evaluación en base a resultados de desempeño conlleva a un sistema automático, que se refleja en las decisiones en base al cumplimiento, estableciendo una ayuda neta y significativa, como, por ejemplo: las horas extras, cumplimiento por objetivos o rendimiento de acorde a las funciones establecidas en la empresa.

La administración de las empresas son los responsables en la aplicación o toma de decisiones, de qué forma dan incentivos o no, la cual sirve como ayuda mostrando una relación cercana entre la organización con los empleados, debido que esto puede funcionar a mejorar la rentabilidad en la empresa a través de incentivo, aduciendo que la empresa invierte de forma interna para rendir de manera externa. (Urrego & Otros, 2020)

La producción en las empresas se debe acoplar de acorde a planes de incentivos, porque presentan mejoría en sus funciones, midiendo porcentajes para mejorar en su rendimiento, tomando en cuenta que esto va a incrementar servicios básicos por que los colaboradores van a pasar mayor tiempo en sus actividades, de tal manera se verifica si tiene éxito el plan y dar recompensas o mantenerse tal como está la organización en la actualidad.

### **Beneficios de los Incentivos**

El empleador mantiene una estimulación debida a través de capacitaciones constante en la organización para realizar bien sus actividades, por ende, desarrollan una buena producción, pero, por otro lado, los beneficios que les dan dependen de su rendimiento y adquisición de conocimientos en cada guía que se les da (Cuevas & Otros, 2016)

Las organizaciones que mantienen un uso adecuado de sus salarios para sus empleados pueden desarrollar incentivos, siendo beneficios que ayuda a incrementar la productividad, dado que mediante una mejor producción se obtiene un mayor rendimiento del capital de inversión en la empresa. De

tal manera que se debe medir las ganancias con los beneficios en los salarios para tener un nivel laboral equilibrado.

La rentabilidad es importante a nivel general para el mantenimiento de una organización, porque de esto depende su producción o rapidez en las actividades que se realizan a diario. Los incentivos en algunos casos no se dan porque puede salirse de control de acorde a su mensualidad, por eso se aplica beneficios bajo normativas para que todos los empleadores puedan tener un rango en su salario. (Larran & Rees, 2000)

La proporción de necesidad de la empresa u objetivos que se propongan a los trabajadores va a darse los incentivos laborales, promoviendo una conducta en su desempeño.

### **Tipos de Incentivos**

Se desarrollan distintos tipos de incentivos para renovar la productividad de los empleados, a través de:

- Incentivo económico
- Incentivo no económico
- Incentivo mixto

Estos **incentivos económicos**, se desarrollan con el propósito de que el colaborador pueda mejorar su rendimiento a través de dinero proporcional.

**Incentivos no económicos**, se emplean con aspectos adentro del entorno organizacional retribuyendo un salario justo para proyectar una mejor calidad de vida y profesional, incentivos de reconocimiento, formación, flexibilidad horaria e incentivos de servicios.

**Incentivos Mixtos**, son automáticos los cuales son concebidos por su cumplimiento, manteniendo una satisfacción en los empleados y estabilidad con el vínculo permanente en la organización (Zapata & Hernandez, 2010)

## **Desempeño Laboral**

El proceso estructural y sistemático sirve para evaluar la influencia de atributos y conducta en el rendimiento vinculado con el trabajo, teniendo en cuenta el grado de eficiencia en sus actividades, mediante la toma de decisiones, a través de ascensos, lo cual permite capacitar al personal para corregir si tienen errores o resolver cualquier inconveniente en las funciones. (Montejo, 2009).

La valoración del desempeño en los empleados debe ser diagnosticado en base a su rendimiento, siendo el jefe el encargado de poder ver el rol satisfactorio. Verificar causas y efectos en caso del no cumplimiento correcto en la perspectiva adecuada, de tal manera el desarrollo se estima en función a la adaptación actualidad en las empresas.

La estimación que tiene cada empleado en la organización permite tener una oportunidad autoevaluativa en su función, siendo estimulado como equipos de trabajo para el desarrollo de acciones convenientes para impulsar a los empleados en cumplir el éxito organizacional.

Las tácticas organizacionales, en base al desempeño laboral se vincula con la igualdad en los empleados, para que se base en su esfuerzo y entrega, la cual será retribuida con incentivos (Latorre, 2011).

Es necesario que exista una capacitación constante en el personal para que sea evaluada, para verificar su nivel de desarrollo en la preparación, detectando su forma de pensar persona y profesional, dándoles prioridades de ascensos y crecimiento, además de verificar si el puesto que están le apasiona o lo hacen de forma debida.

## FODA



Figura 1 FODA  
Elaborado por: Chacón, N. (2022)

La matriz FODA para Ponce (2007) es una táctica importante que se aplica en cualquier organización, la cual sirve para identificar que se está realizando de buena manera o mala y así poder potenciar lo que se está realizando en la actualidad.

### **Fortalezas**

Identifica los factores fuertes de la organización, incluyendo las funciones positivas que ayudan en el proceso de fortalecimiento de la empresa.

### **Oportunidades**

Identifica las oportunidades en la organización, teniendo como objetivo principal los beneficios que pueden ayudar a mejorar la empresa en sus objetivos.

### **Debilidades**

Identifica las debilidades en la organización, desde la parte interna, siendo desfavorable a comparación de la competencia, manteniendo una notoriedad en la carencia de capacidad, hábitos o experiencia y recursos, ya sea económico o tecnológicos.



## **Amenazas**

Son los inconvenientes, desafíos y barreras que mantiene una organización, de tal manera se puede poner en riesgo su permanencia.

## **DAFO**

Esta táctica permite a las empresas conocer la realidad en la que se encuentra el producto o servicio que oferta, por lo tanto, hace que se tomen decisiones a futuro, por ende, necesita de estrategias que sean útiles para su situación actual (Diaz, 2011)

Se encuentra fraccionado en dos partes.

### **Fortalezas y debilidades**

#### **(Análisis Interno)**

Muestra en entorno real de la organización.

#### **/Análisis Externo)**

Muestran la realidad de la parte externa de la organización, tomando en consideración que deben ser superadas a través de las oportunidades.

El DAFO se relaciona mediante estrategias de crecimiento que sirven para identificar los puntos altos de la parte interna y externa, siendo ofensiva, en conjunto con las oportunidades, mientras que a la defensiva se encuentra las fortalezas y amenazas que sirven para neutralizar las amenazas.

### **Espina de Ishikawa**

Este diagrama para (Villanueva, 2018) tiene consecuencias y efectos, a través de una gráfica que posibilita la visualización de las causas, detallados de mejor manera el problema, convirtiéndose en una táctica de gestión orientado en su rendimiento deficiente.

El uso de la espina de Ishikawa permite generar acciones importantes en base a los inconvenientes para poder reducirlos, identificando cada uno de ellos, de tal manera se representa en la figura 2.

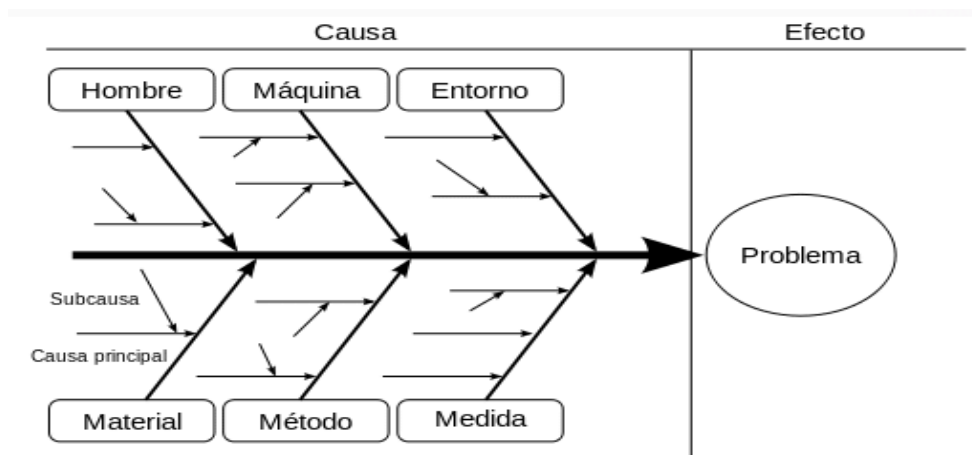


Figura 2 Espina de Ishikawa  
Elaborado por: Chacón, N. (2022)

Tiene como propósito detallar de forma específica lo que se quiere determinar, ya sea problema, métodos o condición, para luego ser evaluado logrando una transformación y mejoría, permitiendo controlar este efecto para luego consolidarlo de forma idónea.

### Plan Mejora 5w2h

Por medio de este procedimiento se puede adaptar en las organizaciones, de forma viable, identificando las oportunidades o destrezas que genera una autoridad en los inconvenientes, enfrentándolos mediante estrategias personalizadas en inglés. (Muñoz & Romero, 2019 )

Where, ¿dónde se hará?

When, ¿cuándo se hará?

Who, ¿por quién se hará?

Why, ¿por qué se hará?

What, ¿Dónde sucede lo que se está realizando?

How, ¿cómo se hará?

How much, ¿cuánto costara?

Estas estrategias desarrollan una utilidad a corto y largo plazo, mediante planes de operación en la empresa, sirviendo para resolver inconvenientes mediante una planificación organizada con visión hacia un futuro, de tal manera es importante aplicar esta estrategia porque permite darle solución y mayor capacidad en el área comercial.

## **Marco Legal**

### **Constitución de la República de Ecuador (2008)**

**Art. 52.-** Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

**Art. 54.-** Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

### **Plan Nacional del Buen Vivir (2017 – 2021)**

#### **Objetivo #1**

#### **Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas**

La Constitución de 2008 dio un paso significativo al establecer al Ecuador como un Estado constitucional de derechos y justicia (Constitución del Ecuador, art. 1). Es así, que el Art. 66 numeral 2 de la Constitución de la República, señala que el Estado reconoce y garantiza a las personas el derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación, nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo,

empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad y otros servicios sociales necesarios para alcanzar el Buen Vivir.

La sostenibilidad del conjunto de derechos guía la planificación para su desarrollo progresivo, utilizando al máximo los recursos disponibles, con lo que se busca la consecución del Buen Vivir. Esta garantía con iguales oportunidades para todas las personas va mucho más allá de la simple provisión de servicios; significa luchar contra la pobreza, las inequidades y las violencias, promoviendo un desarrollo sustentable, la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, y la realización plena de los derechos humanos. Para ello, la Constitución definió la creación de, entre otros, el Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social, como el conjunto articulado y coordinado de sistemas, instituciones, políticas, normas, programas y servicios que aseguran el ejercicio, garantía y exigibilidad de los derechos y el cumplimiento de los objetivos del régimen de desarrollo.

Una vida digna empieza por una vida sin pobreza; pues la pobreza va más allá de la falta de ingresos y recursos y priva a las personas de capacidades y oportunidades. La pobreza tiene muchas dimensiones; sus causas incluyen la exclusión social, el desempleo y la alta vulnerabilidad de determinadas poblaciones a los desastres, las enfermedades y otros fenómenos. Se manifiesta en la malnutrición, el hambre, el acceso limitado o nulo a educación, salud, agua y saneamiento, servicios de protección social y especial.

## **Plan Nacional del Buen Vivir (2017 – 2019)**

### **Objetivo #4**

**Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización**

El modelo económico social y solidario surge como principio alternativo y virtuoso, frente a la inexorable crisis del capitalismo mundial, basado en patrones de consumo insostenibles en el tiempo.

En los últimos años, las falencias en el sistema económico capitalista se han manifestado de varias maneras a nivel mundial. La acumulación desmesurada de capital en muy pocas manos ha atentado contra la igualdad social y económica de la población, provocando precariedad laboral, y atentando contra la sostenibilidad de la naturaleza y sus ciclos vitales.

La estabilidad de la economía depende en buena parte de la capacidad de prevenir y responder a las situaciones de volatilidad y desaceleración, proveniente principalmente desde shocks externos, muy comunes en el entorno internacional provocado por los ciclos especulativos de crisis y bonanza del sistema de acumulación capitalista. Sin embargo, uno de los factores para consolidar una economía en crecimiento y sostenible depende de la generación de condiciones estructurales propias y locales que permitan niveles óptimos de producción y empleo, en el marco de la sostenibilidad fiscal, externa, monetaria y biofísica.

Para la concreción de este objetivo, se han planteado las siguientes políticas.

- Garantizar el funcionamiento adecuado del sistema monetario y financiero, a través del manejo óptimo de la liquidez, contribuyendo a la sostenibilidad macroeconómica y el desarrollo.
- Canalizar los recursos hacia el sector productivo promoviendo fuentes alternativas de financiamiento y la inversión a largo plazo, en articulación entre la banca pública y el sistema financiero privado, y el popular y solidario.

- Promover el acceso de la población al crédito y a los servicios del sistema financiero nacional y fomentar la inclusión financiera en un marco de desarrollo sostenible, solidario y con equidad territorial.
- Fortalecer la eficiencia, profundizar la progresividad del sistema tributario y luchar contra la evasión y elusión fiscal.

### **Artículo 21. Régimen de comprobación y servicios de atención al cliente**

El régimen de comprobación, reclamación, garantía y posibilidad de renuncia o devolución que se establezca en los contratos, deberá permitir que el consumidor y usuario se proteja de las situaciones de su utilidad de un bien o servicio; que pueda exigir con eficacia en caso de cualquier error, defecto o avería, para conseguir la devolución neutral del precio de los mercados de los bienes o servicios, en caso de infracción defectuosa (Legales, 2000-2021).

(Ley Orgánica de defensa del consumidor, 2000)

Principios Generales.

**Art. 1.- Ámbito y Objeto.** - Las disposiciones de la presente Ley son de orden público de interés social, sus normas por tratarse de una Ley de carácter orgánico prevalecerán sobre las disposiciones contenidas en leyes ordinarias. En caso de duda en la interpretación de esta Ley, se la aplicará en el sentido más favorable al consumidor. El objeto de esta Ley es normar las relaciones entre proveedores y consumidores, promoviendo el conocimiento y protegiendo los derechos de los consumidores y procurando la equidad y la seguridad jurídica en dichas relaciones entre las partes.

**Art. 2.- Definiciones.** - Para efectos de la presente ley, se entenderá por: Anunciante. - Aquel proveedor de bienes o de servicios que ha encargado la difusión pública de un mensaje publicitario o de cualquier tipo de información referida a sus productos o servicios.

Consumidor. - Toda persona natural o jurídica que como destinatario final adquiera utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello. Cuando la presente ley mencione al Consumidor, dicha denominación incluirá al Usuario.

Contrato de Adhesión. - Es aquel cuyas cláusulas han sido establecidas unilateralmente por el proveedor a través de contratos impresos o en formularios sin que el consumidor, para celebrarlo, haya discutido su contenido.

Derecho de Devolución. - Facultad del consumidor para devolver o cambiar un bien o servicio, en los plazos previstos en esta Ley, cuando no se encuentra satisfecho o no cumple sus expectativas, siempre que la venta del bien o servicio no haya sido hecha directamente, sino por correo, catálogo, teléfono, internet, u otros medios similares. Especulación.- Práctica comercial ilícita que consiste en el aprovechamiento de una necesidad del mercado para elevar artificialmente los precios, sea mediante el ocultamiento de bienes o servicios, o acuerdos de restricción de ventas entre proveedores, o la renuencia de los proveedores a atender los pedidos de los consumidores pese a haber existencias que permitan hacerlo, o la elevación de los precios de los productos por sobre los índices oficiales de inflación, de precios al productor o de precios al consumidor.

Información Básica Comercial. - Consiste en los datos, instructivos, antecedentes, indicaciones o contraindicaciones que el proveedor debe suministrar obligatoriamente al consumidor, al momento de efectuar la oferta del bien o prestación del servicio.

Oferta. - Práctica comercial consistente en el ofrecimiento de bienes o servicios que efectúa el proveedor al consumidor.

Publicidad. - La comunicación comercial o propaganda que el proveedor dirige al consumidor por cualquier medio idóneo, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio. Para el efecto la información deberá

respetar los valores de identidad nacional y los principios fundamentales sobre seguridad personal y colectiva.

## **Variables de la Investigación**

### **Variable Independiente**

Motivación Personal

La motivación personal tiene una propulsión en la actuación determinada, siendo un componente principal de acorde a su conducta en las distintas actividades a realizar, siendo una virtud para el cumplimiento de objetivos (Reeve, 1999)

### **Variable Dependiente**

Desempeño Laboral

Mantiene un proceso sistemático y estructurado, el cual influye en su conducta vinculado con el trabajo, midiendo si cumple con un rol positivo o negativo en su rendimiento en base a la necesidad de la organización, estos pueden ser capacitados para que tengan un buen desempeño. (Montejo, 2009).

## **Definiciones Conceptuales**

Mecanismo: Forma adecuada de realizar una función o actividad, mediante un desarrollo, a través de actividades que se dan en el transcurso del trabajo o de la vida. (Carnice, 2006)

Organización: Es una estructura planificada y ordenada la cual mantiene una responsabilidad en las funciones que brindan para alcanzar los objetivos trazados en base a sus normas. (Moreira, 2017)



Utilidad: Es la mediación de la satisfacción valorado conforme a su estimación, ya sea por un producto o bien, el cual es adquirido de forma si es necesario (Rodriguez J. , 2018)

Rotación del personal: Es el desarrollo en el cual la empresa le da distintos horarios a los empleados, rotándolos incluso en sus funciones de tal manera que existe un cambio o movimiento en las acciones. (Rodriguez P. , 2020)

Capacidad: Se toma en consideración los recursos o identidad que se tiene en una determinada característica en base a sus habilidades y desarrollo de acorde a sus funciones a realizar. (Huerta, 2019)

Incentivo: Los planes de incentivos forman parte del desarrollo en la remuneración en base a su rendimiento, siendo fundamental y eficiente para los trabajadores, de tal manera se constituye un proporcional adicional a la mensualidad que se le otorga al empleador por su productividad extra. Estos incentivos son estimados como premios, beneficiándolos por su buen empeño.(Larran & Rees, 2000)

Motivación: Esta motivación, mantienen un vínculo con los sentimientos y emociones, careciendo de la parte cognitiva, viéndose interesada en identificar el comportamiento de las personas en base a la necesidad que requiere el ser humano (Reeve, 1999)

Rentabilidad: Son los beneficios que se obtienen en base a una inversión realizada por una organización personal o un tipo de negocio de acorde a obtener ganancias. (Ortega, 2020)

Administración: La administración en nuestro entorno, ocurre en todos lados, ya sea en el hogar o empresas, esta última viéndose enfocado netamente en las personas que representan la organización. La cual se origina en la humanidad, desde el ámbito geográfico, interviniendo a nivel global. (Cano, 2017)

Productividad: Renueva el desarrollo de producción mediante recursos adecuados con mejoras en base a un desarrollo del hombre a través de la tecnología. (De Parra, 2016)

Emprendimiento: Es un negocio que recién empieza, el cual mantiene una determinada función de acorde al área que va desempeñar o que quiere ganar rentabilidad. (Prieta, 2017)

Comercialización: Es un grupo de tácticas y procedimientos que se emplean a través de su distribución por medio del comercio entre dos o más personas. (Guagua, 2020)

Programas: Es una planificación sistematizada para el desarrollo de las funciones adecuadas que se vayan a proyectar, mediante una planificación organizada para un rol específico. (Campos & Longo, 2016)

Remuneración: Es una cantidad de dinero que se le brinda a un individuo, como forma de pago por alguna actividad o función que realiza ya sea por el desarrollo de alguna labor. (Romeo, 2002)

Desempeño: Es la consecuencia de una acción o actividad que se emplea ya sea en un trabajo o labor, donde el desempeño puede ser bueno o malo de acorde a lo que realice. (Bontigui, 2004 )

Incentivo mixto: Son automáticos los cuales son concebidos por su cumplimiento, manteniendo una satisfacción en los empleados y estabilidad con el vínculo permanente en la organización (Zapata & Hernandez, 2010)

Oferta: Es poder ofrecer algún producto o servicio en el mercado a través de descuentos o promociones para atraer al público mediante un producto o servicio novedoso. (Castro, 2021)

Eficiencia: Es la capacidad para poder realizar alguna actividad siendo rápido y eficaz, cumpliendo un rol efectivo y propicio para que se cumpla de forma positiva. (Bedoya, 2015)

Mensualidad: Es el valor que se le brinda a un individuo o empleado por haber laborado en el mes. (Bravo, 2013)

Evaluación: Estimación de conocimientos en el rendimiento de un individuo para verificar el estado actual en el que se encuentra de acorde a las funciones que realiza. (Casanova, 1998)

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **Breve Reseña histórica de la creación de la Empresa**

La empresa Caliprix S.A., es una organización en Ecuador con sede principal en Quito, cuenta con tres segmentos de negocio de retail, orientados a la moda, Aldo MNG y Parfois, en la actualidad cuenta con una sucursal en la ciudad de Guayaquil en el centro comercial San Marino Shopping en la avenida Francisco de Orellana, la cual se encarga de la venta de ropa, calzado, accesorios de moda y una amplia selección de estilos y colores, tanto para mujeres como hombres que buscan estilo, calidad y tendencia promoviendo servicios al público en general.

Actualmente la empresa Caliprix S.A está empeñada en optimizar el servicio en tiendas a través del análisis de profundidad del modelo, es decir que a partir de las preferencias y gustos de los clientes se exhiba los modelos y cantidades necesarias que le genere al comprador no solo confianza y seguridad sino, atracción por la marca o producto.

Caliprix S.A prevé a corto plazo incursionar en el comercio electrónico potencializando la atención y servicio.

**Nombre de empresa:** Caliprix S.A

**Fecha de Constitución:** Creada el 14 de octubre de 2010

**Objeto Social:** La venta de ropa, calzado y accesorios al por menor.

## Logo



Figura 3 Logo de la empresa  
Elaborado por: Chacón, N. (2022)

## Misión

Comercializar productos con modelos y diseños de calidad que satisfaga las expectativas de nuestros clientes, además de un servicio adecuado para que tengan una experiencia agradable.

## Visión

Posicionarse en el mercado a través de productos y servicio de buenas condiciones, además de ser identificado por los clientes, proporcionando una extensión de almacenes en Guayaquil para competir en el mercado nacional.

## Estructura Organizativa

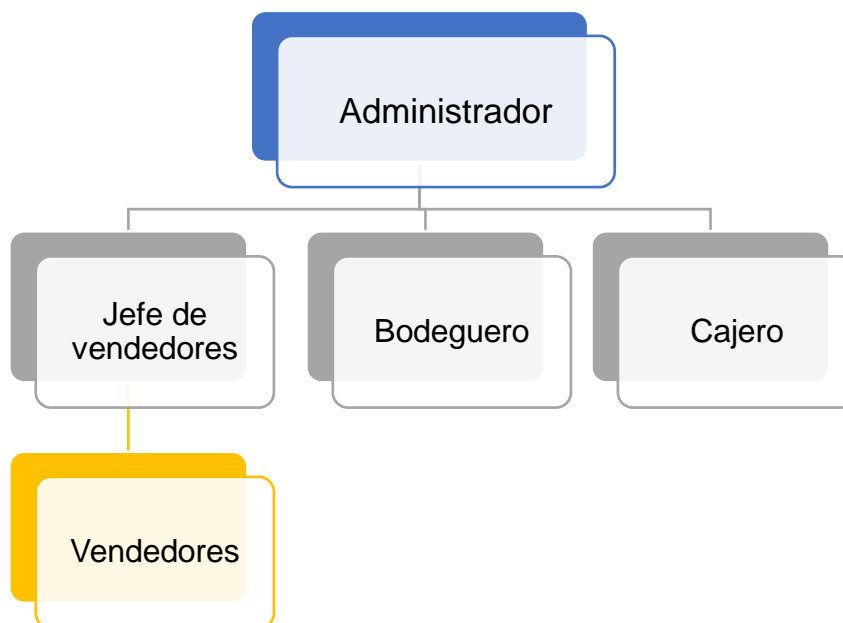


Figura 4 Organigrama de la empresa  
Elaborado por: Chacón, N. (2022)

### Plantilla total de trabajadores

Cantidad	Cargo
2	Administrador
2	Jefe de vendedores
17	Vendedores
2	Bodeguero
2	Cajero
Total	25

Elaborado por: Chacón, N. (2022)

### Cientes, proveedores, competidores

Según Ecuador y Cifras la parroquia Tarqui tiene 1.050.826 habitantes teniendo un crecimiento del 28.8% en los últimos 5 años. Específicamente la empresa Caliprix S.A se encuentra ubicado en la Avenida Francisco de Orellana y Plaza Dañin.

## **Clientes**

Público en General

## **Proveedores**

Aldo: calzado

MNG: ropa

Parfois: accesorios

## **Competidores**

Steve Madden

Zara

Bata

Calvin Klein

D" Pizar

Forever 21

Etafashion

## **Principales productos o servicios**

El negocio se encuentra ubicado en la ciudad de Guayaquil – Centro Comercial San Marino Shopping.



Figura 5 Zapatos casuales marca Aldo  
Elaborado por: Chacón, N. (2022)

En la figura 5 mostramos un modelo de calzado de cuero muy bonito que lo pueden utilizar en diferentes compromisos sociales.



Figura 6 Zapatos deportivos marca Aldo  
Elaborado por: Chacón, N. (2022)

En la figura 6 mostramos un modelo de calzado casual, súper cómodos y lo puede utilizar en cualquier vestimenta semiformal.



Figura 7 Zapatos de mujer marca Aldo  
Elaborado por: Chacón, N. (2022)

En la figura 7 se muestra con zapato de mujer semiformal, para cualquier vestimenta semiformal o formal.





Figura 8 Zapatos deportivo de mujer marca Aldo  
Elaborado por: Chacón, N. (2022)

En la figura 8 se evidencia zapatos deportivos de mujer, para poder utilizarlo con ropa deportiva o semiformal.



Figura 9 Botas marca Aldo  
Elaborado por: Chacón, N. (2022)

Se detalla las botas, que son utilizadas comúnmente en sectores urbanos y rurales o la sierra ecuatoriana, acompañado de ropa formal y semiformal.



Figura 10 camisa marca MNG  
Elaborado por: Chacón, N. (2022)

En la figura 10 se visualiza una camisa marca MNG que puede verse acompañada de vestimenta formal y semiformal para todo tipo de ocasión.



Figura 11 Blusa marca MNG  
Elaborado por: Chacón, N. (2022)

Blusa de mujer marca MNG, la cual puede ser utilizada en diferentes eventos sociales.



Figura 12 Camisa marca MNG  
Elaborado por: Chacón, N. (2022)

Camisa de hombre formal que puede ser utilizada para cualquier evento social.



Figura 13 Zapatos de mujer marca MNG  
Elaborado por: Chacón, N. (2022)

Zapatos casuales de mujer de cuero, confortables y súper cómodos.



Figura 14 Billetera Parfois  
Elaborado por: Chacón, N. (2022)

En la figura 14 se detalla una billetera Parfois para guardar documentos.

### **Diseño de la Investigación**

El diseño de investigación permite obtener conocimientos basados en el entorno de la problemática, desarrollando métodos y técnicas seleccionadas en la investigación, para un mejor entendimiento del proyecto. (Maxwell, 2019)

Mediante el diseño de investigación se emplea en el proyecto los métodos y técnicas en la indagación, a través de un alcance exploratorio, descriptivo y explicativo, con el propósito de ayudar a través de una planificación organizada al estudio.

### **Diseño Bibliográfico**

Por medio de este diseño se indaga las bases teóricas, a través de informes, revistas y libros los distintos procesos adecuados que proyectan interés en la investigación. (Azuelo, 2019)

A través de referencias bibliográficas se detalla la investigación de manera frecuente por medio de fuentes académicas que aportan con las variables, motivación personal y desempeño laboral, con el propósito de llegar a una solución en la problemática.

## **Diseño Científico**

Se relaciona con los distintos métodos y procedimientos seleccionados en la indagación de forma razonable para los inconvenientes en el estudio de forma adecuada. (Suarez & Saenz, 2016)

A través de este diseño que desea solucionar la problemática, donde pueda influir de forma significativa en los efectos del estudio, determinando un diagnóstico progresivo en los beneficios del personal de la empresa Caliprix S.A.

## **Diseño Cualitativo**

Se vincula con los métodos de indagación, manejando una ampliación en los términos científicos, estudiando la conducta desde el entorno social, mediante una perspectiva experiencial del ser humano. (Maxwell, 2019)

Mediante el diseño cualitativo se va tener datos relevantes del administrador del local a través de una entrevista narrativa, con preguntas atraídas de otras investigaciones, con el propósito de tener un acercamiento para verificar que beneficios en la actualidad tienen los empleados.

## **Diseño Cuantitativo**

Se define como una táctica metodológica que permite proyectos una base de datos medibles o cuantificables. (Cienfuegos, 2016)

En la investigación de proyecta una encuesta, con el propósito tener resultados numéricos para emplear un análisis respectivo. De tal manera esta reseña permite un acercamiento con los empleados para diagnosticar que tipo de incentivos reciben o cuales prefieren para mejorar su rendimiento en la empresa.

## **Tipos de Investigación**

### **Descriptiva**

Tiene como objeto de estudio la descripción de la problemática del entorno en la cual se relaciona la problemática, especificando que razones tienen para desarrollar un tema en específico.

A través de este estudio se detalla una descripción del local, por medio del desempeño laboral de los colaboradores, teniendo como propósito el poder mejorar la rentabilidad de la organización.

### **Exploratoria**

Esta indagación tiene como propósito una anomalía o algo novedoso, la cual sirve para tener información que pueda entender mejor la concluyente e interesarse en el estudio.

En el presente estudio se examina los inconvenientes que contiene la empresa Caliprix S.A, relacionado los empleados con la organización, detallando los resultados relevantes en el estudio diagnostican los inconvenientes que ocurren en el lugar.

### **Explicativa**

Mantiene una relación adecuada en base a lo causal, acercándose de forma determinada a la problemática, encontrando los efectos experimentales.

Se evalúa las causas y efectos de los inconvenientes que ocurren en la empresa, detallando en nivel de satisfacción que tienen con los beneficios actuales.

### **Correlacional**

Permite evaluar las variables, teniendo como propósito estudiar una averiguación del grado de correlación.

Esta correlación se da en relación a las variables: Motivación personal y desempeño laboral en el presente estudio, para proyectar que beneficios son los adecuados para los empleados según su productividad.

## **Población**

Detalla las características de la población o delimitación, la cual se basa en el estudio de acorde a las circunstancias que se quiere dar a conocer.

La población de estudio del trabajo son los empleados de la empresa Caliprix S.A del San Marino, donde se va determinar qué plan de incentivos son los adecuados para mejorar la productividad.

## **Muestra**

Es la representación del estudio, de acorde a lo que se quiere conocer en la investigación.

La muestra es por conveniencia, de tal manera el estudio se presenta a los empleados de la empresa, por lo tanto, no necesita de formula.

## **Métodos Teóricos**

**Método inductivo:** Hace referencia al desarrollo de los procedimientos en la investigación por medio de tácticas, con el propósito de recopilar información particular a través del conocimiento del tema, para llegar a una conclusión en específico, para una reflexión precisa y coherente.

**Método Científico:** A través de esta teoría se indaga la comprobación de los inconvenientes por medio de la observación, teniendo como finalidad involucrar a todas las personas que intervienen en el proyecto.

**Método Estadístico:** Este método sirve para alcanzar información en base a la utilización de referencias cualitativas por medio de la técnica entrevista a expertos y cuantitativas por encuesta a los empleados del negocio, con el propósito de erradicar la problemática y darle una solución para mejorar la productividad.

**Método de Observación:** Con este método se quiere recopilar componentes importantes, con el propósito de identificar los inconvenientes que tiene la boutique para modernizarlos.

### **Técnicas de Investigación**

**Observación:** Se emplea de forma lógica y sistematizada sobre un fenómeno, estudio o suceso para recopilar componentes significativos sobre el desarrollo de la indagación, mediante sustentos del investigador para el incremento de datos. (Casas, Repullo, & Campos, 2003) A través de esta técnica se va a poder observar que inconvenientes tiene la organización, en referencia a la productividad que desarrollan sus empleados.

Cuadro 2 Observación

No	Aspecto a evaluar	Si	No	Observación
1	Tiene un buen ambiente el local			
2	Tiene buena relación entre empleados			
3	Los productos son de calidad			
4	Reciben incentivos por llegar al cumplimiento de ventas			
5	Les pagan la mensualidad a tiempo			

Elaborado por: Chacón, N. (2022)



**Cuestionario:** Se desarrolla esta técnica, para la elaboración de preguntas de acorde al tema a tratarse o solucionar, para saber la opinión del grupo de personas interesadas, con el propósito de indagar mas allá de la problemática. (Casas, Repullo, & Campos, 2003)

A través del cuestionario se desarrolla una elaboración de preguntas para los colaboradores de la organización y entrevista al administrador de la empresa para saber con profundidad cuales son los incentivos que dan en la actualidad.

**Encuesta:** Se relaciona con la indagación cuantitativa, dado que se recopila la declaración de la población que se basa en el estudio, a través de un hecho social. (Casas, Repullo, & Campos, 2003)

La encuesta es realizada a los empleados de la empresa para tener información sobre los beneficios o incentivos que tienen en la actualidad y cuales deben mejorar.

**Escala de Likert:** “Sirve para proyectar el nivel de percepción que tiene la persona, midiendo su conducta o actitud mediante en un cuestionario a través de preguntas cerradas con opciones a elegir” (Luna, 2007)

A través de la escala de Likert, va permitir en la investigación saber cuáles son las respuestas adecuadas de los empleados, en base a la motivación de incentivos en la empresa, deduciendo que es lo que hace falta o con que se sienten satisfechos.

**1 ¿Con la implementación de incentivos laborales en cuanto cree que puede aumentar la rentabilidad de la empresa?**

Muy de acuerdo

De acuerdo

Neutral

En desacuerdo

Muy en desacuerdo

**2. ¿Se mantiene motivado al realizar sus actividades laborales?**

Muy de acuerdo

De acuerdo

Neutral

En desacuerdo

Muy en desacuerdo

**3. ¿Siente algún tipo de valoración positiva por sus funciones bien realizadas?**

Siempre

Casi siempre

Usualmente

Ocasionalmente

Nunca

**4. ¿Le agrada el salario que recibe al realizar sus funciones?**

Muy de acuerdo

De acuerdo

Neutral

En desacuerdo

Muy en desacuerdo

**5. ¿La empresa ha realizado incentivos laborales en el período actual?**

Siempre

Casi siempre

Usualmente

Ocasionalmente

Nunca

**6. ¿Qué tipo de incentivos laborales ha recibido en el periodo actual?**

Ascensos

Bonos

Remuneración extra

Días libres

Capacitación

Ninguno

**7. ¿El desempeño que realiza en la empresa va de acorde al sueldo que recibe?**

Muy de acuerdo

De acuerdo

Neutral

En desacuerdo

Muy en desacuerdo

**8. ¿Usted está de acuerdo que los incentivos laborales permiten mejorar su productividad?**

Muy de acuerdo

De acuerdo

Neutral

En desacuerdo

Muy en desacuerdo

**9. ¿Qué tipo de incentivos laborales prefiere? Elija uno**

Ascensos

Bonos

Remuneración extra

Días libres

Capacitación

Ninguno

**10. ¿Qué genera este tipo de incentivos laborales en usted?**

Motivación

Satisfacción

Efectividad

Compromiso

**Entrevista:** Es un dialogo entre personas, donde existe el entrevistado y el entrevistador, el cual tiene como propósito recabar información importante para erradicar la problemática, mediante una finalidad profesional. (Morga, 2012)

La entrevista será realizada al administrador y al jefe de venta de la boutique para verificar que tipos de incentivos utilizan en la actualidad en sus empleados para aumentar su productividad y rentabilidad en la empresa.

1. ¿Cada que tiempo la empresa realiza incentivos laborales y por qué?
2. ¿La empresa cuando tiene retrasos en sus pagos a que se debe?
3. ¿La empresa a qué clase de incentivos laborales está dispuesta a realizar?
4. ¿Considera que con incentivos laborales en los empleados puede aumentar la rentabilidad en la empresa y por qué?
5. ¿Con la implementación de incentivos laborales en cuanto cree que puede aumentar la rentabilidad de la empresa?

## CAPITULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### Análisis de la Encuesta

Encuesta empleada a los colaboradores de la empresa.

#### Género de los encuestados

Cuadro 3 Género de las personas encuestadas

Detalle	Encuestados	Porcentaje
Femenino	11	65%
Masculino	6	35%
Total	17	100%

Elaborado por: Chacón, N. (2022)

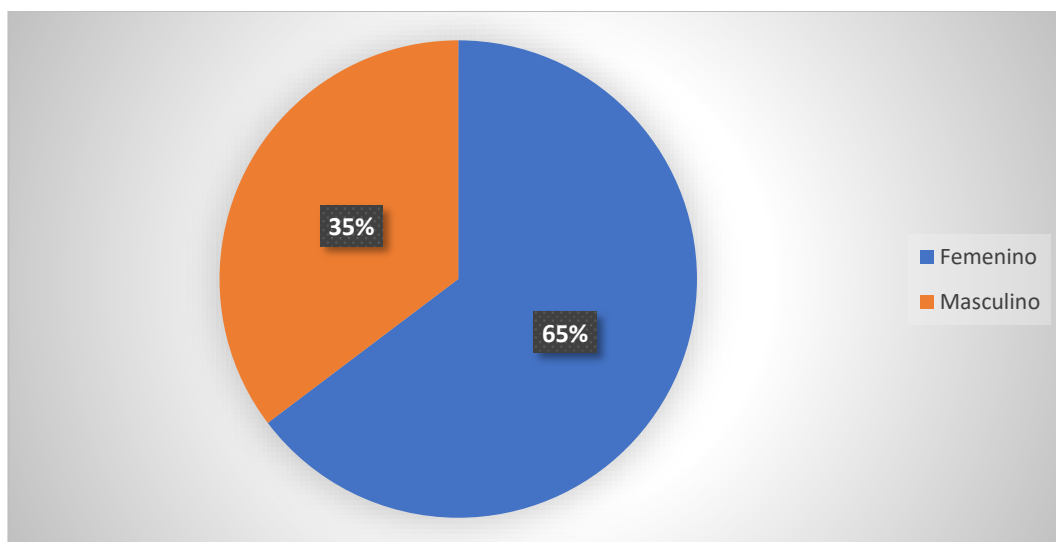


Figura 15 Género de las personas encuestadas  
Elaborado por: Chacón, N. (2022)

#### Interpretación

De los 17 empleados que fueron encuestados, se detectaron que 11 son de género femenino, lo que corresponde al 65% y 6 personas de género masculino equivalente al 35%.

**Pregunta 1 ¿Con la implementación de incentivos laborales cree que puede aumentar la rentabilidad de la empresa?**

Cuadro 4 Implementación de incentivos laborales

Detalle	Encuestados	Porcentaje
Muy de acuerdo	11	65%
De acuerdo	5	29%
Neutral	1	6%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	17	100%

Elaborado por: Chacón, N. (2022)

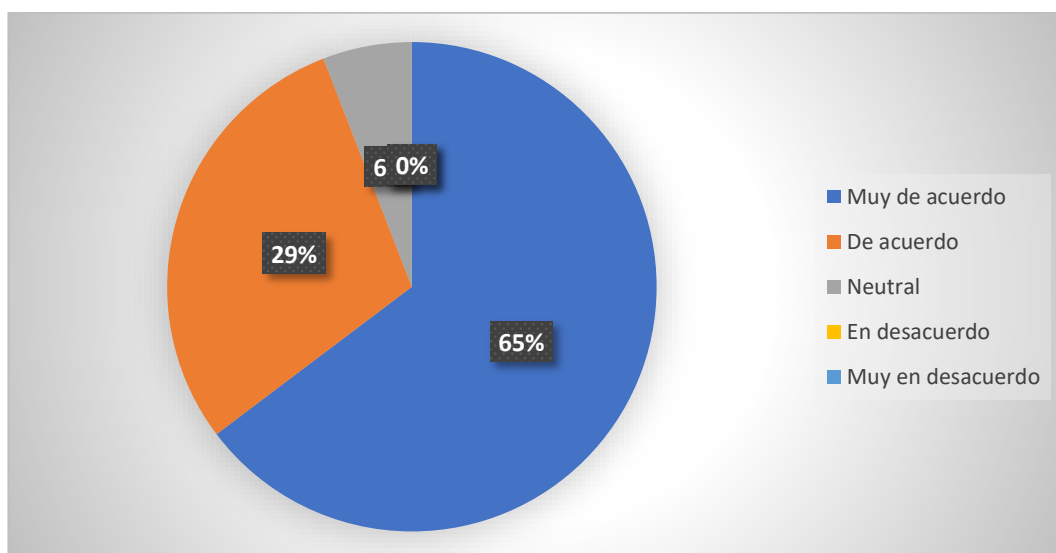


Figura 16 Pregunta 1 Implementación de incentivos laborales  
Elaborado por: Chacón, N. (2022)

**Interpretación**

De los 17 encuestados, se identificó a 11 personas que están muy de acuerdo, lo que corresponde con el 65%, las siguientes equivale al 29% y 6% de los empleados lo que se detalla que 5 personas se encuentran de acuerdo y 1 neutral, por otra parte, el 0% está en desacuerdo y muy desacuerdo en que aumente la rentabilidad de la empresa. Basándose en la figura 16 los empleados están de acuerdo en que se implementen incentivos laborales para aumentar la rentabilidad de la empresa.

## Pregunta 2. ¿Se mantiene motivado al realizar sus actividades laborales?

Cuadro 5 Motivación al realizar actividades

Detalle	Encuestados	Porcentaje
Muy de acuerdo	15	88%
De acuerdo	2	12%
Neutral	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Chacón, N. (2022)

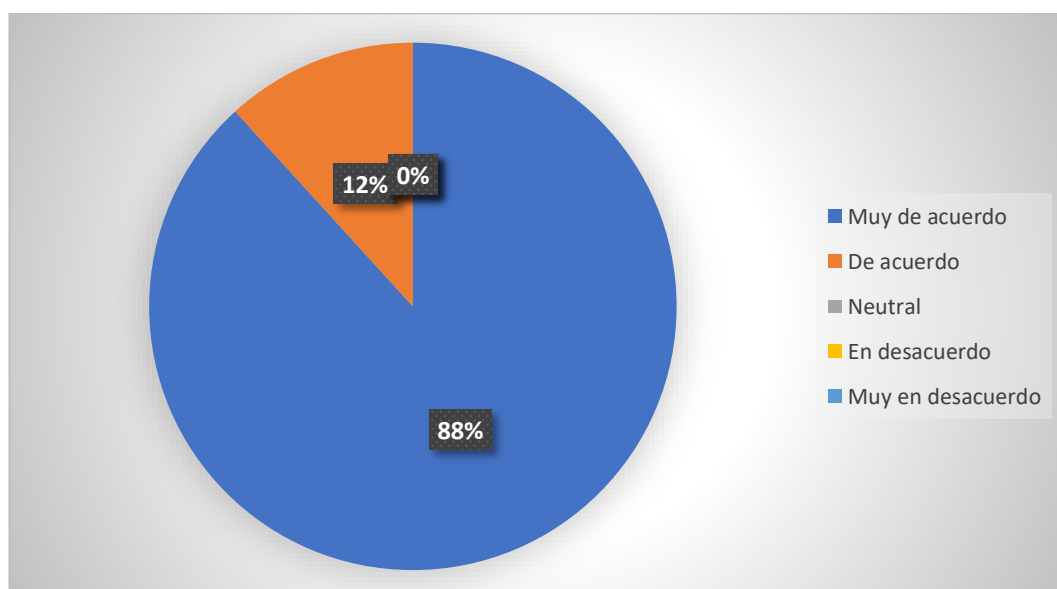


Figura 17 Pregunta 2 Motivación al realizar actividades

Elaborado por: Chacón, N. (2022)

### Interpretación

De los 17 empleados que fueron encuestados se detectó que 15 están muy de acuerdo, lo que corresponde con el 88% las siguientes 2 personas consideran que están de acuerdo con el resultado, mientras que el 0% se encuentra neutral, en desacuerdo y muy en desacuerdo lo que equivale a 0 personas. Basándose en la figura 17 los empleados están muy de acuerdo en que se los motive al realizar sus actividades.

**Pregunta 3. ¿Siente algún tipo de valoración positiva por sus funciones bien realizadas?**

Cuadro 6 Valoración en las funciones realizadas

Detalle	Encuestados	Porcentaje
Siempre	3	18%
Casi siempre	1	6%
Usualmente	4	23%
Ocasionalmente	7	41%
Nunca	2	12%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Chacón, N. (2022)

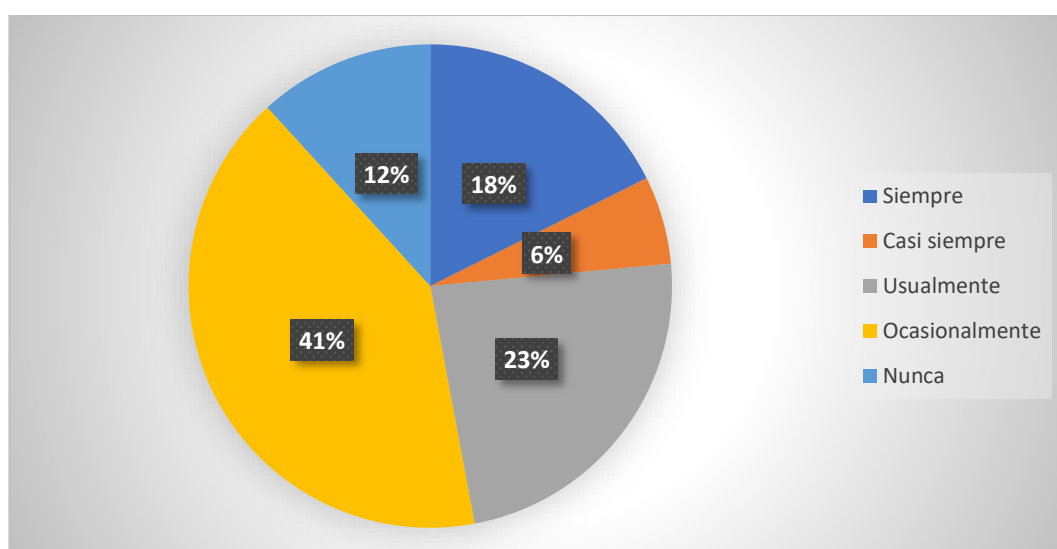


Figura 18 Pregunta 3 Valoración en las funciones realizadas

Elaborado por: Chacón, N. (2022)

**Interpretación**

De los 17 empleados encuestados 3 sienten ocasionalmente una valoración positiva en sus funciones empleadas, representando el 18%, mientras que 1 persona, con el 6% indica que casi siempre, por otra parte 4 colaboradores dice que usualmente, mientras que el 41% ocasionalmente y el 12% nunca. La figura 17 según los resultados indica que ocasionalmente mantienen una valoración positiva de la empresa.



#### Pregunta 4. ¿Le agrada el salario que recibe al realizar sus funciones?

Cuadro 7 Salario de acorde a sus funciones

Detalle	Encuestados	Porcentaje
Muy de acuerdo	1	6%
De acuerdo	6	35%
Neutral	8	47%
En desacuerdo	2	12%
Muy en desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Chacón, N. (2022)

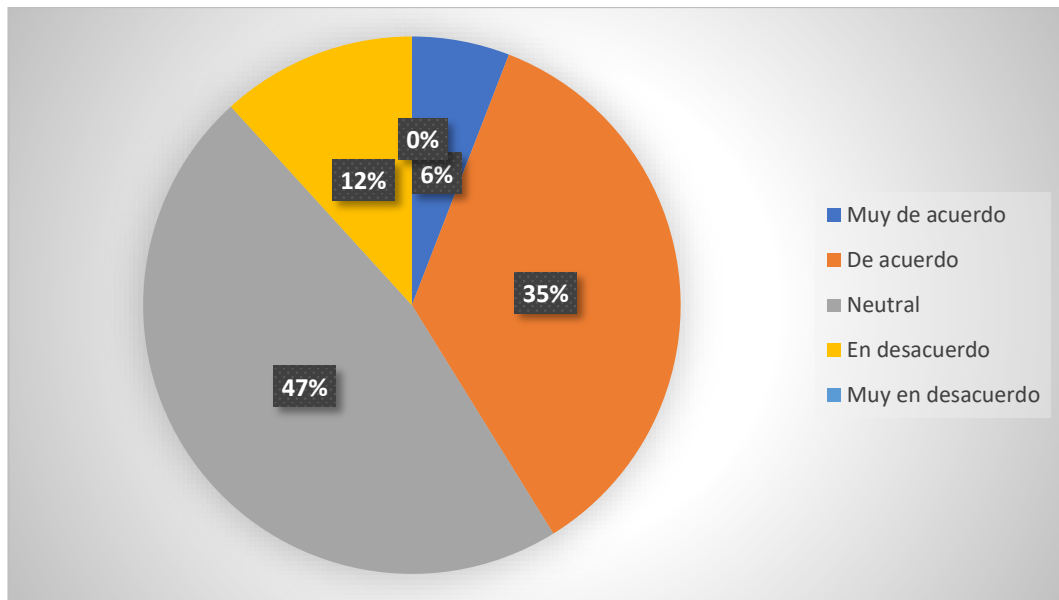


Figura 19 Pregunta 4 Salario de acorde a sus funciones

Elaborado por: Chacón, N. (2022)

#### Interpretación

De los 17 empleados encuestados se identificó que 1 persona con el 6% está muy de acuerdo, mientras que 6 personas con el 35% está de acuerdo, el 47% se mantiene neutral, y las siguientes 2 personas con el 12% en desacuerdo y con el 0% muy en desacuerdo. Teniendo como referencia la figura 19 los empleados se mantienen neutral en que les agrada el salario al realizar sus funciones.

**Pregunta 5. ¿La empresa ha realizado incentivos laborales en el período actual?**

Cuadro 8 Incentivos en el periodo actual

Detalle	Encuestados	Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi siempre	1	5%
Usualmente	12	67%
Ocasionalmente	4	22%
Nunca	1	6%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Chacón, N. (2022)

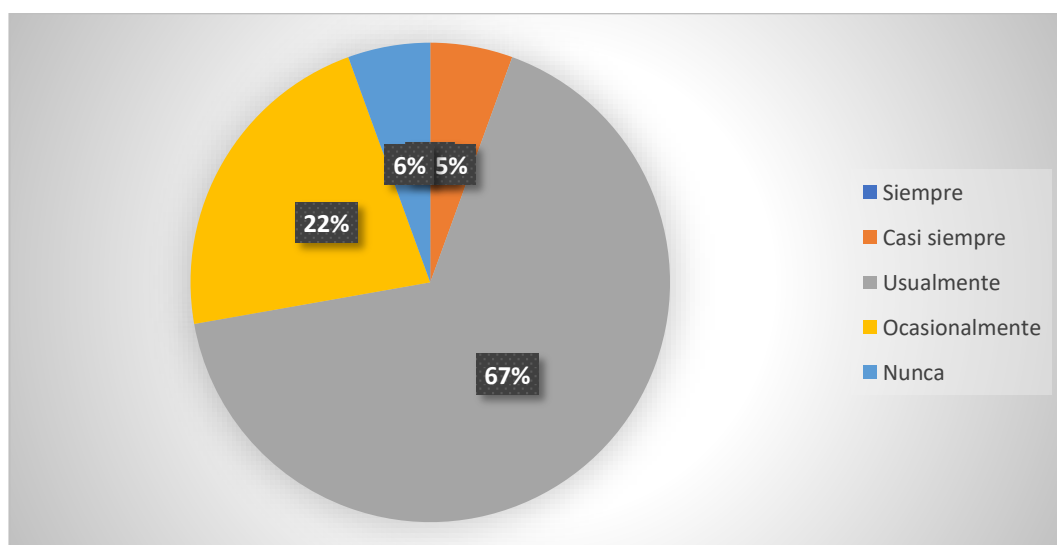


Figura 20 Pregunta 5 Incentivos en el periodo actual  
Elaborado por: Chacón, N. (2022)

**Interpretación**

De los 17 encuestados se identificó que 0 empleados dicen que siempre, lo que corresponde al 0%, mientras que el 5% casi siempre, 12 personas representando el 67% usualmente, por otra parte, el 22% ocasionalmente y el 6% nunca. Basándose en la figura 20 los empleados usualmente han realizado incentivos en el periodo actual.

**Pregunta 6. ¿Qué tipo de incentivos laborales ha recibido en el periodo actual?**

Cuadro 9 Incentivos que recibe

Detalle	Encuestados	Porcentaje
Ascensos	2	12%
Bonos	1	6%
Remuneración extra	3	17%
Días libres	0	0%
Capacitación	0	0%
Ninguno	11	65%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Chacón, N. (2022)

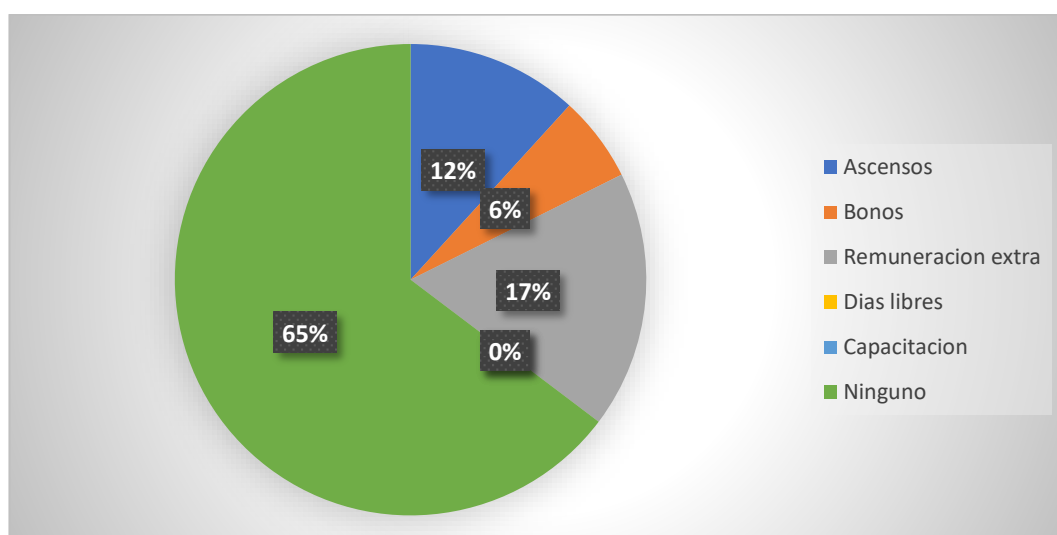


Figura 21 Pregunta 6 Incentivos que recibe  
Elaborado por: Chacón, N. (2022)

**Interpretación**

De los 17 empleados 2 encuestados indica que los ascensos representando el 12%, mientras que 1 persona con el 6% bonos, por otra parte 3 empleados con el 17% remuneración extra, el 0% días libres y capacitación, por último, el 65% ninguno. Basándose en la figura 21 los empleados en su mayoría no han recibido ningún incentivo en el periodo actual.

**Pregunta 7. ¿El desempeño que realiza en la empresa va de acorde al sueldo que recibe?**

Cuadro 10 Desempeño de acorde al sueldo

Detalle	Encuestados	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
De acuerdo	2	12%
Neutral	6	35%
En desacuerdo	4	24%
Muy en desacuerdo	5	29%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Chacón, N. (2022)

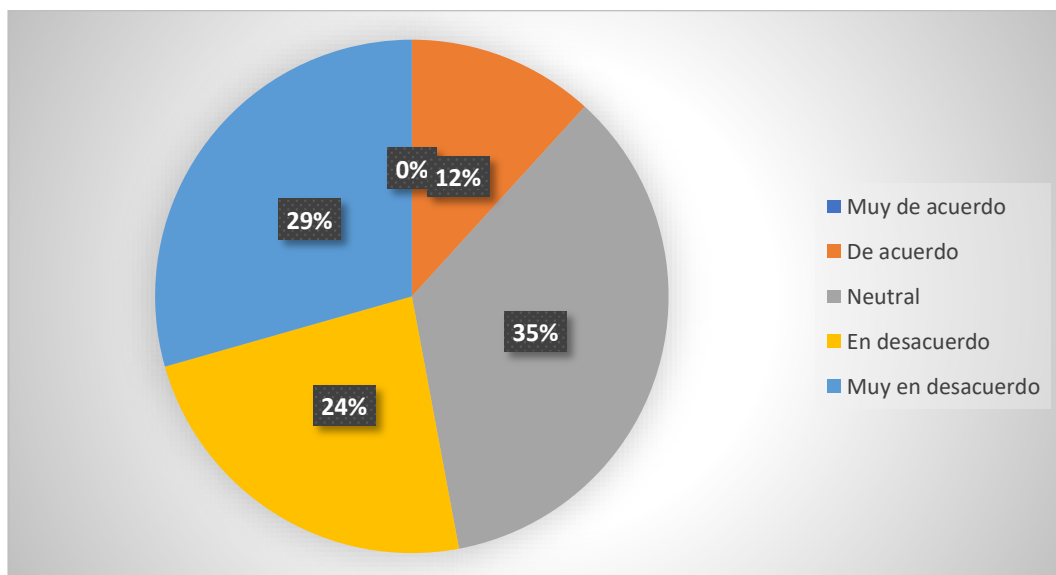


Figura 22 Pregunta 7 Desempeño de acorde al sueldo

Elaborado por: Chacón, N. (2022)

**Interpretación**

De los 17 encuestados 0 están muy de acuerdo, mientras que 2 personas representando el 12% está de acuerdo, 6 empleados con el 35% se mantienen neutral, por otra parte, el 24% se mantiene en desacuerdo y el 29% muy en desacuerdo. Se evidencia que el 35% de los empleados se mantienen neutral que su sueldo va de acorde a lo que realizan.

**Pregunta 8. ¿Usted está de acuerdo que los incentivos laborales permiten mejorar su productividad?**

Cuadro 11 Mejora productividad

Detalle	Encuestados	Porcentaje
Muy de acuerdo	9	53%
De acuerdo	6	35%
Neutral	2	12%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Chacón, N. (2022)

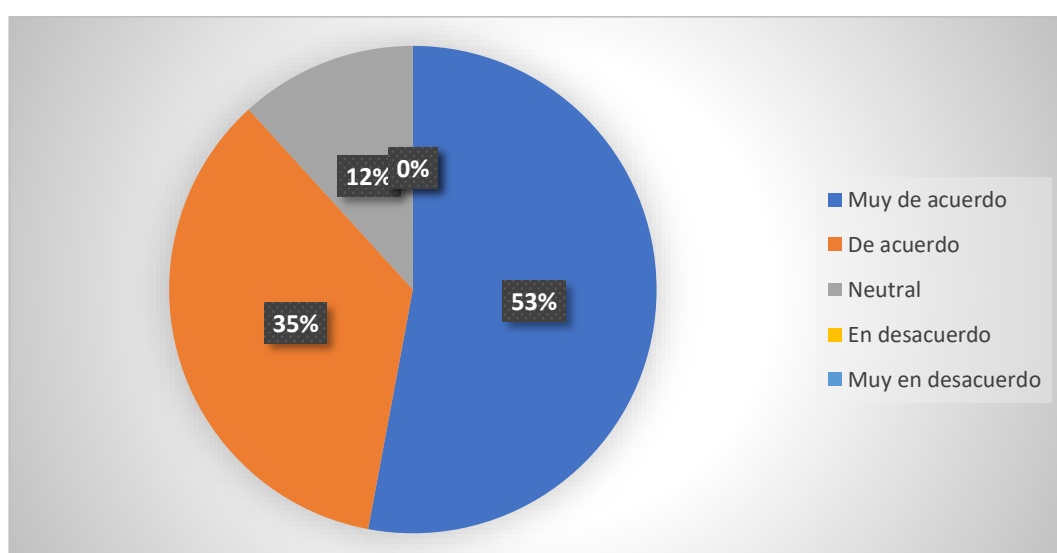


Figura 23 Pregunta 8 Mejora productividad  
Elaborado por: Chacón, N. (2022)

**Interpretación**

De los 17 encuestados 9 se encuentran muy de acuerdo representando el 53%, mientras que 6 con el 35% están de acuerdo, por otra parte 2 empleados con el 12% se mantienen neutral y el 0% está en desacuerdo y muy en desacuerdo. Basándose en la figura 23 el 53% está muy de acuerdo en que los incentivos laborales permiten mejorar la productividad.

### Pregunta 9. ¿Qué tipo de incentivos laborales prefiere? Elija uno

Cuadro 12 Incentivos laborales que prefiere

Detalle	Encuestados	Porcentaje
Ascensos	4	23%
Bonos	2	12%
Remuneración extra	6	35%
Días libres	3	18%
Capacitación	2	12%
Ninguno	0	0%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Chacón, N. (2022)

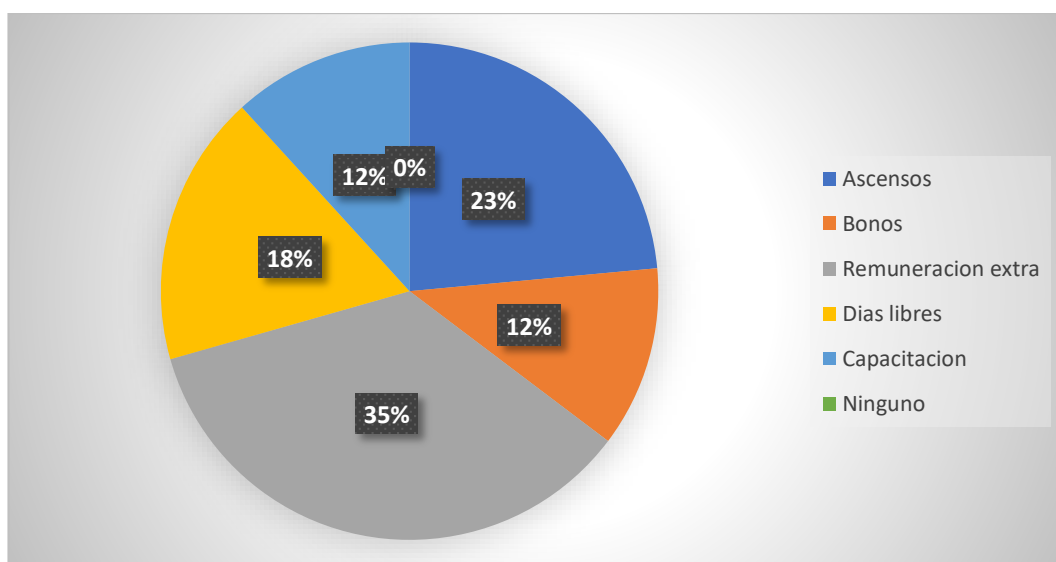


Figura 24 Pregunta 9 Incentivos laborales que prefiere

Elaborado por: Chacón, N. (2022)

### Interpretación

De los 17 encuestados, 4 prefieren los ascensos representando el 23%, mientras que 2 empleados los bonos y capacitación con el 12%, el 35% remuneración extra, por otra parte 3 personas días libres con el 18% y por último 0 ninguno. Basándose en la figura 24 con el 35% los empleados prefieren remuneración extra.

**Pregunta 10. ¿Cuál es el principal sentimiento que genera un incentivo laboral en usted?**

Cuadro 13 Incentivos laborales

Detalle	Encuestados	Porcentaje
Motivación	6	35%
Satisfacción	7	41%
Efectividad	2	12%
Compromiso	2	12%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Chacón, N. (2022)

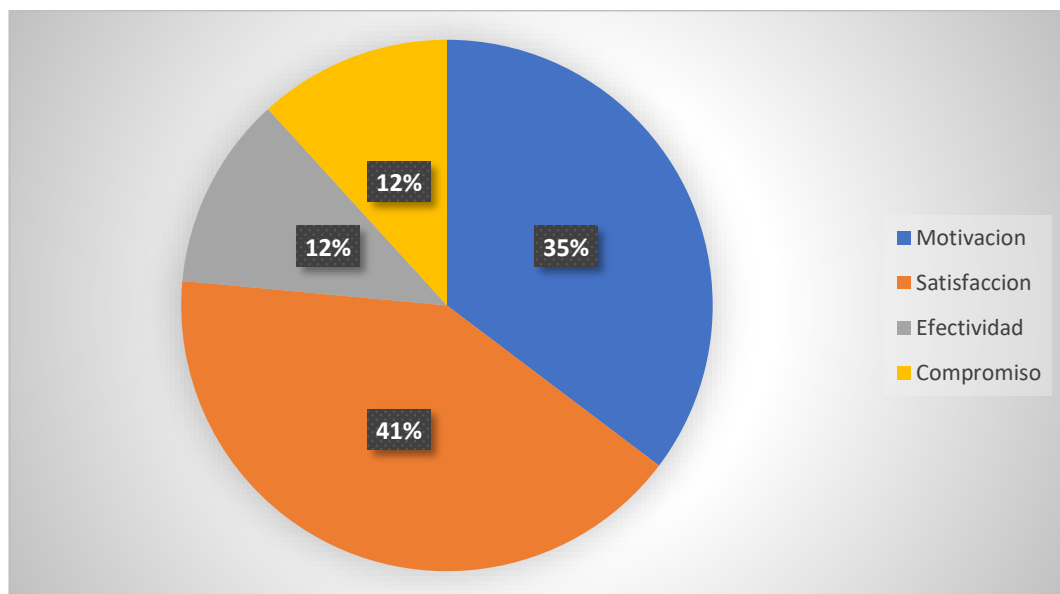


Figura 25 Pregunta 10 Incentivos laborales  
Elaborado por: Chacón, N. (2022)

**Interpretación**

De los 17 encuestados, 6 indican que la motivación genera un incentivo laboral representando el 35%, mientras que 7 personas la satisfacción con el 41%, por otra parte, la efectividad con el 12% igual que el compromiso. Basándose en la figura 25 con el 41% a los empleados les genera motivación los incentivos laborales.

### **Análisis general de la encuesta**

Los empleados en la actualidad reciben pocos incentivos laborales, de tal manera prefieren que se realice de forma constante en la empresa, tales como remuneración extra y ascensos recompensas salariales o beneficios para el empleador, el cual busca mantener una satisfacción y motivación laboral, además de generar un entorno propicio para que puedan realizar sus actividades bajo las normativas y políticas de la empresa. Por ende, va existir una motivación para poder generar productividad en su rendimiento y a su vez una valoración positiva para la empresa.

### **Análisis de la Entrevista**

La entrevista realizada al jefe de venta (Luis Velastegui)

1. ¿Cada que tiempo la empresa realiza incentivos laborales y por qué?

La empresa emplea beneficios a los empleados por llegar a su meta que son bonos de forma mensual, los llamados cumplimientos, siempre y cuando vendan \$800 como mínimo, no existe ninguna diferencia si hacen más porque es lo mínimo que se pide, de tal manera se podría decir que es mensual los incentivos, el cual va depender netamente de su desempeño y de la atraída de clientes que realice cada vendedor.

2. ¿La empresa cuando tiene retrasos en sus pagos a que se debe?

Por lo general los pagos son a tiempo, pero como toda empresa se suele tener algunos inconvenientes algo inapropiados, en el sentido que todos los empleados realizan sus labores de forma independiente o con ayuda por un propósito, porque si no nadie trabajará. Estos retrasos son en ocasiones cuando los proveedores carecen de los contratos que se tienen planificado, lo cual complica un poco los pagos, pero el tiempo de demora suelen ser de una semana como máximo.



3. ¿La empresa a qué clase de incentivos laborales está dispuesta a realizar?

La empresa, como todas las demás se está recuperando del desastre que dejó la pandemia, en pérdidas por el cierre de locales y de a poco va logrando una reestructuración apropiada para el bien de la organización y colaboradores. Se podría decir que la empresa está dispuesta a generar incentivos, como ascensos y bonificaciones, pero ya reciben de manera mensual un incentivo de \$50 por llegar a la meta, que en ocasiones resulta difícil para algunos y no depende netamente de ellos, sino de como sea la acogida en clientes.

4. ¿Considera que con incentivos laborales en los empleados puede aumentar la rentabilidad en la empresa y por qué?

Se podría decir que sí, porque se van a motivar, pero esto va depende de la clase de incentivos que se pueda proponer y ellos adquirir, porque si este no es basado en lo que ellos desean va a ver algunos inconvenientes en referencia a la rentabilidad de la empresa y productividad que deben cumplir los empleados.

5. ¿Con la implementación de incentivos laborales en cuanto cree que puede aumentar la rentabilidad de la empresa?

La rentabilidad puede aumentar, como se puede decir que no, porque va depender de los empleados y clientes, pero si vemos de lado positivo va existir un plus en los colaboradores porque no van a dejar escapar ninguna venta, harían lo posible por hacer que algo por lo menos se lleve el cliente, de tal manera vamos a decir que en general la rentabilidad puede aumentar en un 10%.

La entrevista realizada a la Administradora (Carolina Pérez)

1. ¿Cada que tiempo la empresa realiza incentivos laborales y por qué?

La empresa trata de cumplir con lo necesario siempre para todos sus empleados, como beneficios de ley, su sueldo por horas cumplidas ya sea extras o el horario normal, lo de bonificaciones podríamos decir que se genera de forma mensual, debido a la planificación y acorde que se tiene con los empleados por llegar a su meta, algunos llegan y lo reciben, otros no, ya sea porque es muy alta para algunos, pero por eso se valora el esfuerzo. En diciembre considera que existe una alta demanda por las festividades y estos incentivos se incrementan es la única fecha, por las altas ventas.

2. ¿La empresa cuando tiene retrasos en sus pagos a que se debe?

Estos retrasos van a depender de la evaluación de las horas trabajadas por los empleados, porque algunos realizan horas extras, cumplimiento de metas y toca verificar todo eso, para que no lleguen a existir alguna clase de anomalías, por ende, el cierre de mes resulta algo complicado para todos porque quieren esforzarse más para obtener mayores recursos. También estos problemas se dan por los proveedores y en ocasiones en la distribución, porque faltan algunos roles o la planificación debida falla.

3. ¿La empresa a qué clase de incentivos laborales está dispuesta a realizar?

La empresa se podría decir que genera ascensos por años laborales y por el nivel de estudio del empleador, el cual va depender mucho de su esfuerzo, pero este es uno de los principales que se puede retomar, porque a raíz de la pandemia se ha olvidado un poco el cumplimiento de este incentivo. Uno que se puede generar es tarjeta de regalos, o cupones o una remuneración extra dependiendo la base que tienen en las ventas.

4. ¿Considera que con incentivos laborales en los empleados puede aumentar la rentabilidad en la empresa y por qué?

Claro que va aumentar la rentabilidad, porque va existir una motivación importante en los empleados y esto va producir que la rentabilidad de la empresa pueda crecer, considero en lo personal que todo que sume en una persona va existir una satisfacción positiva y mayor esfuerzo, pero así mismo la empresa le va exigir más.

5. ¿Con la implementación de incentivos laborales en cuanto cree que puede aumentar la rentabilidad de la empresa?

Va aumentar mucho la rentabilidad porque los empleados que van esforzar el doble, por tener mayores ventas, lo cual la empresa invierte, lo recupera y hasta mayor productividad tendría siendo satisfactorio.

### **Análisis general de la entrevista**

Los empleados en la actualidad carecen de atractivos, por ende, tienen poca motivación, lo cual genera bajo interés en su cumplimiento, debido que les da igual llega a la meta, que es alta a comparación de otras empresas que venden los mismos productos. Consideran importante incluir incentivos, porque genera un ingreso extra para ellos, de tal manera la empresa debe implementarlos porque aumentaría también la rentabilidad en las ventas, siendo satisfactorio para ambas partes.

### **Guía de Observación**

Cuadro 14 Ficha técnica de Observación

<b>Guía de Observación</b>	
<b>Nombre de la Empresa</b>	EMPRESA CALIPRIX S.A
<b>Dirección</b>	Centro Comercial San Marino
<b>Observador</b>	Nivia Chacón
<b>Fecha en que se realizó la observación</b>	25/05/2022
<b>Hora</b>	13h00

Indicadores	Aspecto a evaluar	Si	No	Observación

1	Tiene un buen ambiente el local	x		
2	Tiene buena relación entre empleados		x	Los empleados trabajan cada quien por su lado para generar ventas
3	Los productos son de calidad	x		
4	Reciben incentivos por llegar al cumplimiento de ventas		x	El sueldo es lo único que pagan, sino llegan a la meta de venta mensual
5	Les pagan la mensualidad a tiempo		x	En ocasiones se retrasan por cuestiones de proveedores y distribuidores

Elaborado por: Chacón, N. (2022)

**Interpretación:** La empresa Caliprix S.A mantiene 17 colaboradores, de los cuáles cada quien trabaja por su lado, existiendo poca comunicación, debido que su interés es generar ventas para llegar al cumplimiento de

ventas y poder obtener los incentivos que ocasionalmente ocurren de tal manera, generar un interés en los empleados al realizar sus actividades.

### **Análisis de la situación de la empresa**

#### **Análisis de la Matriz FODA**

Cuadro 15 FODA

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejor productividad de los empleados</li> <li>• Incremento de motivación en los empleados</li> <li>• Evaluación de resultados</li> <li>• Trabajo en equipo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clima laboral favorable</li> <li>• Calidad en el servicio</li> <li>• Potencial económico</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Baja productividad de la empresa</li> <li>• Desmotivación por pocas ventas</li> <li>• Presión de los empleados</li> <li>• Jefes controladores</li> <li>• Mal ambiente laboral</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pérdida de capital humano</li> <li>• Excesiva competitividad</li> <li>• Individualismo</li> <li>• Exigencia de incentivos</li> <li>• Estrés</li> </ul>

Elaborado por: Chacón, N. (2022)

**Interpretación:** Los incentivos laborales generan una motivación en los empleados que producen un mejor rendimiento y calidad en el servicio, pero teniendo en cuenta que pueden tener una desmotivación, debido a su producción a nivel de ventas, se debe tener cuidado en la presión y estrés que esto puede generar.

#### **Análisis de la Matriz DAFO**

##### **Debilidades**

Baja producción en ventas

Pocos incentivos

Presión de los empleados por vender

Poco compañerismo

### **Amenazas**

Metas poco alcanzables

Insatisfacción en los incentivos

Afectación en las finanzas

Trato poco igualitario

### **Fortalezas**

Recompensas monetarias

Reconocimiento de logros

Motivación de empleados

Bienestar en los empleados

### **Oportunidades**

Mejorar clima laboral

Fidelizar a los empleados

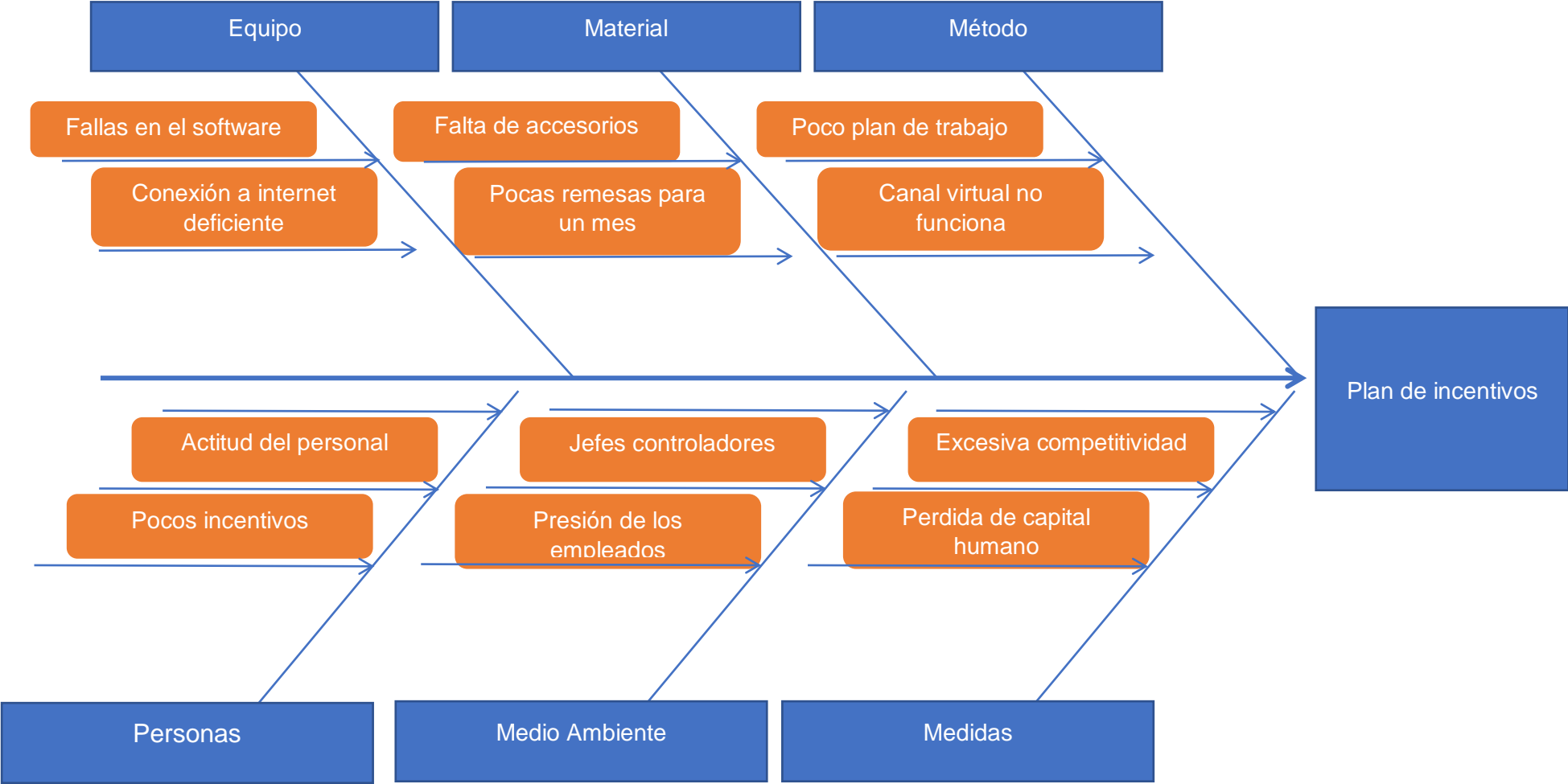
Fomentar la competencia entre empleados

Reduce el ausentismo

**Interpretación:** Se determina que los incentivos pueden ser favorables y desfavorables, debido que los empleados van a sentir presión por vender para llegar a la meta y a su vez por su esfuerzo van a tener un reconocimiento por sus logros, así mismo se verán fidelizados mediante el buen bienestar de la empresa.

**Espina de Ishikawa**

Cuadro 16 Espina de Ishikawa



## Técnica 5w2h

Cuadro 17 Técnica 5w2h

WHAT ¿QUÉ? (ESTRATEGIA)	WHY ¿POR QUÉ? (META)	HOW ¿COMO? (TÁCTICA)	WHEN ¿CUÁNDO? INICIO/FIN	WHO ¿QUIEN?	WHERE ¿DÓNDE?	HOW MUCH CUÁNTO
Conseguir mejor productividad en los empleados	Generar rentabilidad en la empresa	Bonos de dinero	Junio a diciembre 2022	Gerente de la empresa	Empresa	\$2.500
		Ascensos				
		Capacitación				
Generar trabajo en equipo	Buen ambiente laboral	Dividiéndose los clientes	Junio a diciembre 2022	Gerente de la Empresa	Empresa	100\$
Aumentar el compromiso de los empleados	Producir motivación y satisfacción	Pagos mensuales a tiempo	Junio a diciembre 2022	Gerente de la empresa	Empresa	100\$
Mejorar el desempeño de los empleados	Verificar el rendimiento de los empleados	Nivel de las ventas	Junio a diciembre 2022	Gerente de la empresa	Empresa	\$500

Elaborado por: Chacón, N. (2022)



## Plan de incentivo para el personal de venta

### Misión

Comercializar productos con modelos y diseños de calidad que satisfaga las expectativas de nuestros clientes, además de un servicio adecuado para que tengan una experiencia agradable.

### Visión

Posicionarse en el mercado a través de productos y servicio de buenas condiciones, además de ser identificado por los clientes, proporcionando una extensión de almacenes en Guayaquil para competir en el mercado nacional.

### Logo



Elaborado por: Chacón, N. (2022)

### Valores Empresariales

**Honestidad:** Se produce una credibilidad hacia los usuarios, a medida que necesitan una comunicación constante los clientes, para que tengan beneficios a largo plazo.

**Constancia:** Se enfrente ante cualquier adversidad, manteniendo una perseverancia, para el desarrollo empresarial pueda surgir de forma significativa.

**Competitividad:** Tener claro el éxito para motivar a los colaboradores en competir con otras empresas, generando un crecimiento.

**Responsabilidad Social:** Permite fortalecer el impacto a la sociedad de los negocios, de manera beneficiosa para los clientes, manteniendo un vínculo apropiado para el desarrollo del negocio en el mercado.

### **Objetivo General**

- Estructurar un plan de incentivos al personal de ventas orientado a elevar el desempeño laboral de la empresa Caliprix S.A, de la ciudad de Guayaquil.

### **Objetivos Específicos**

- Conseguir mejor productividad en los empleados para aumentar el compromiso y producir la motivación y satisfacción.
- Generar colaboración y trabajo en equipo.
- Medición de resultados para evaluar el desempeño de las ventas.

### **Falencias en la motivación del personal**

Se desea representar las incidencias que posee la empresa, la cual carece de incentivos laborales, porque sus metas son poco alcanzables, dado que son altas, para la demanda que existe en el centro comercial San Marino, donde existen locales que venden los mismos productos, pero con diferentes marcas, por ende, existe poca motivación e insatisfacción en algunos casos en el personal.

### **Mejora**

A través de incentivos económicos y no económicos se va a generar satisfacción y compromiso en los empleados, por ende, se busca tener

beneficios para el empleado y motivación laboral, además de generar un entorno propicio para que puedan realizar sus actividades bajo las normativas y políticas de la empresa. De tal manera los incentivos económicos se encuentran divididos en bonos y regalos, mientras que los no económicos, en ascensos, reconocimiento, día extra de vacaciones, flexibilidad de horarios, evento especial y capacitación.

## Desarrollo del plan de incentivos

### Objetivo 1

- Conseguir mejor productividad en los empleados a través de incentivos laborales

Cuadro 18 Incentivos

<b>Tipo de incentivo</b>	<b>Detalle</b>
Regalos	Regalo de un producto de la empresa para quien haya cumplido su meta mensual. Sera reclamado al final del mes.
Día extra de vacaciones	Día extra a las vacaciones pagadas de forma anual, la cual no se puede acreditar al siguiente año.
Reconocimiento / homenaje	Carta de parte de la gerencia de su buen rendimiento laboral.
Flexibilidad de horario	Hora de entrada y salida coordinar con el jefe encargado.
Bonos de consumo	Bono de consumo de \$50 en Mi Comisariato o bono en Marathon por la misma cantidad, caduca en 25 días.
Evento especial	Almuerzo con directivos de la tienda, la cual se realiza el viernes de la última semana del mes.
Capacitación	Cursos a elección del vendedor, no superior a \$100. Caduca en 60 días

Elaborado por: Chacón, N. (2022)

Regalo a empleados



Figura 26 Regalo a empleados  
Elaborado por: Chacón, N. (2022)

Día extra de vacaciones



Figura 27 Día extra de vacaciones  
Elaborado por: Chacón, N. (2022)

Reconocimiento a empleados



Figura 28 Reconocimiento a empleados  
Elaborado por: Chacón, N. (2022)

### Flexibilidad de horario



Figura 29 Flexibilidad de horario  
Elaborado por: Chacón, N. (2022)

### Bonos de consumo



Figura 30 Bonos de consumo  
Elaborado por: Chacón, N. (2022)

### Evento especial



Figura 31 Evento especial  
Elaborado por: Chacón, N. (2022)

## Capacitación



Figura 32 Capacitación  
Elaborado por: Chacón, N. (2022)

En la actualidad el ofrecer un buen salario va a depender netamente de las empresas, si se encuentran en las condiciones adecuadas y si son justos con sus empleados con su rendimiento, debido que con esto generan motivación y complacencia en su proceso personal y profesional, en cualquier función que desempeñen.

Estos incentivos son favorables, tanto para la empresa y el empleado, debido que el esfuerzo va ser recompensado, así mismo se verán fidelizados mediante el bienestar de la empresa, pero todo va depender de su producción, tomando en cuenta que estos atractivos serán recibidos de acorde a lo que el gerente decida que se va ofertar para ese mes.

## Objetivo 2

## Generar colaboración y trabajo en equipo

Este tipo de motivación en incentivos genera una autorrealización personal en base a objetivos trazados, no simplemente va a depender de premios, sino de su entusiasmo y compromiso en las capacidades que realiza en la empresa, implicando un mejor rendimiento. Es fundamental y eficiente para los trabajadores, de tal manera se constituye un proporcional adicional a la mensualidad que se le otorga al empleado por su productividad extra. Además, el trabajo en conjunto va a generar que exista un buen clima laboral y a su vez todos puedan llegar a obtener incentivos.



Figura 33 Tienda comercial  
Elaborado por: Chacón, N. (2022)

El producir motivación genera los siguientes puntos:

- Responsabilidad
- Eficaz
- Aceptación en el equipo de trabajo
- Jerarquía
- Buena remuneración
- Confianza

- Formación
- Mejor producción

### **Objetivo 3**

- Medición de resultados para evaluar el desempeño de las ventas.

A través de la valoración de resultados va a existir un sistema automático llamado GS es un software que la compañía implemento el cual va a reflejar el cumplimiento a la base premia que se tenga de forma mensual, siendo importante para su entrega y recepción de parte del empleado del mes.

La evaluación en base a resultados de desempeño conlleva a un sistema automático, que se refleja en las decisiones en base al cumplimiento, estableciendo una ayuda neta y significativa, como, por ejemplo: las horas extras, cumplimiento por objetivos o rendimiento de acorde a las funciones establecidas en la empresa.

Cuadro 19 Desempeño

<b>Empleado</b>	<b>incentivo</b>	<b>Fecha de entrega</b>	<b>Observación</b>
Nivia Chacón	Bonos de consumo	05/08/2022	El incentivo será reclamado en el mes de septiembre
Roberto Perea	Regalo	05/09/2022	El incentivo será reclamado En el mes de octubre

Elaborado por: Chacón, N. (2022)



## Presupuesto

Cuadro 20 Presupuesto de la propuesta

Estrategia	Actividad	Responsable	Tiempo	Recurso Económico
Incentivos laborales	<ul style="list-style-type: none"><li>• Regalo</li><li>• Días extra de vacaciones</li><li>• Reconocimiento</li><li>• Flexibilidad de horario</li><li>• Bonos de consumo</li><li>• Evento especial</li><li>• Capacitación</li></ul>	Empresa	Junio a diciembre 2022	\$2.500
Motivación y satisfacción	Autorrealización personal en base a objetivos trazados		Junio a diciembre 2022	\$1.000
Desempeño en ventas	Medición de rendimiento de empleados		Junio a diciembre 2022	\$100
Total				\$3.600

Elaborado por: Chacón, N. (2022)

El costo que se ocupa en el plan es de \$3.600 donde incluye los incentivos laborales, motivación y satisfacción, al igual que el desempeño en ventas.

## **Conclusiones**

En esta investigación se detalla los diferentes inconvenientes de incentivos laborales que ocurren en la empresa Caliprix S.A, donde se quiere solucionar través de cursos para quienes deseen estudiar algún idioma, canastas, bonos, ascensos y tarjetas de regalo, para mejorar su desempeño, aunque no cumplan con el ritmo que deben, va a existir esta proporcional en base a rangos de ventas.

En el capítulo II se emplea los antecedentes históricos sobre la motivación laboral, para verificar como se produce un desarrollo óptimo en las personas, además de las variables motivación personal y desempeño laboral por medio de autores teóricos, por lo consiguiente el marco legal, para sustentar las leyes del proyecto se agregó la ley de la constitución del Ecuador, el Plan Nacional de buen vivir, régimen de comprobación de atención al cliente, además de las definiciones conceptuales para un mejor entendimiento de palabras.

En el capítulo III se desarrolló la metodología por medio de la información de la empresa, logo, misión y visión, además de su estructura organizativa, aparte de sus clientes, competidores y proveedores. Por medio de la metodología se emplea el diseño de investigación bibliográfico, científico, cualitativo y cuantitativo, planteando como parte fundamental las técnicas de investigación, encuesta, entrevista y observación.

En el capítulo IV se empleó una encuesta a los empleados de la empresa, para poder determinar las carencias existentes para cumplir con su nivel de ventas y entrevista al gerente y administrador de la empresa para verificar si es rentable el poder motivarlos de forma económica y no económica, así mismo la ficha de observación para verificar las falencias de la organización, FODA para determinar los puntos altos y bajos, la espina de Ishikawa y el plan mejora para llegar a la conclusión estructurar un plan de incentivos al personal de ventas orientado a elevar el desempeño laboral de la empresa Caliprix S.A, de la ciudad de Guayaquil.

## Recomendaciones

- Se recomienda darle seguimiento a los empleados que no venden para detectar las falencias que están teniendo para llegar a la meta.
- Capacitar a los vendedores de manera mensual sobre tácticas de venta.
- Medir el nivel de ventas a través de un sistema de gestión que apoye a la medición de cuanto vende de forma mensual.
- Implementar incentivos de becas en universidades que sean avaladas por la Senecyst.
- Realizar una planificación de forma mensual para ver que incentivos se dan cada mes.
- Detectar profesionales con talentos a través de áreas de recreación.
- Fomentar el trabajo en equipo a través de un mismo personal, sin desarrollar tanta rotación en la empresa.

## Bibliografía

- Arteaga, H., & Intriago, D. (2016). La ciencia de la administración de empresas. *Dominio de las Ciencias*, 2(4).
- Azuero, A. (2019). Significatividad del marco metodológico en el desarrollo de proyectos de investigación. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 4(8).
- Bedoya, D. (2015). Gestión del conocimiento en el tercer sector: de la competitividad a la eficiencia organizacional. *Entramado*, 11(2).
- Bennassar, M. (2007). El Salario Concepto, Estructura Y Cuantía. La ley.
- Bonillo, D. (2002). La satisfacción laboral como elemento motivador del empleado.
- Bontigui, M. (2004 ). La evaluación del desempeño: concepto, criterios y métodos.
- Bravo, M. (2013). Contabilidad general.
- Burgos, C. (2019). DISEÑO DE UN PLAN DE INCENTIVOS AL PERSONAL DE VENTAS PARA LA BOUTIQUE ROSSI MIRANDA\_EC. INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÌA, Administracion de Empresas .
- Campos, & Lule. (2012). La observacion, un metodo para el estudio de la realidad. *Revista Xihmai*, VII(13), 45-60. Obtenido de file:///C:/Users/jmaster/Downloads/Dialnet-LaObservacionUnMetodoParaElEstudioDeLaRealidad-3979972.pdf
- Campos, B., & Longo, M. (2016). Concepto, método y programa de investigación de la dinámica empresarial. . *Economía industrial*.
- Campos, X., & Uruchima, Y. (2019). Plan de incentivos no financieros como herramienta para el mejoramiento de la productividad. *Milagro* .
- Cano, C. (2017). La administracion y el proceso administrativo . Bogota .
- Carnice, T. (2006). Probióticos. Concepto y mecanismos de acción. *An. pediatri*.
- Casanova, M. (1998). Evaluación: Concepto, tipología y objetivos. .
- Casas, A., Repullo, L., & Campos, D. (2003). a encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atención primaria*, 38(1).

- Castro, M. (2021). Breve introducción a los conceptos de oferta, demanda y mercado.
- Chiavenato. (2016). Administración de recursos humanos.
- Cienfuegos, M. (2016). Lo cuantitativo y cualitativo en la investigación. Un apoyo a su enseñanza. RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo, 7(13).
- Cuevas, I., & Otros. (2016). Incentivos, motivaciones y beneficios de la incorporación de la gestión ambiental en las empresas. Universidad & Empresa, 18(30), 121-141.
- De Parra, C. (2016). alidad, Productividad y Costos: Análisis de relaciones entre estos tres conceptos. FACE: Revista de la Facultad de Ciencias Economicas y empresariales,, 2(2).
- Diaz, O. (2011). El análisis DAFO y los objetivos estratégicos. . Contribuciones a la Economía, .
- Flores, J. (2018). Administración de talento humano. Observatorio de la Economía Latinoamericana.
- Flores, J., & Otros. (2018). Administración de talento humano. Economía Latinoamericana.
- Garcia, E. (2007). Marketing Relacional.: Cree Un Plan de Incentivos Eficaz. Netbiblo.
- Guagua, O. (2020). Gestión y comercialización: Pequeñas y medianas empresas de servicios en Ecuador. Revista de ciencias sociales,, 26(3).
- Hernandez, P. (2007). ORIGEN Y DESARROLLO DE LA ADMINISTRACIÓN. Revista Perspectivas .
- Herrera, J. (2017). La investigacion cualitativa . Obtenido de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/1167/1/La%20investigaci%c3%b3n%20cualitativa.pdf>
- Huerta, A. (2019). Capacidad institucional: Revisión del concepto y ejes de análisis. DAAPGE: Documentos y Aportes en Administración Pública y Gestion Estatal, 19(32).
- Kerr, S. (2003). El plan de incentivos mejor formulado. Harvard Business Review, 81(1).
- Larran, M., & Rees, W. (2000). Incentivos de los analistas financieros para pronosticar con sesgo optimista. Revista de contabilidad:, 3(6), 81-114.

- Latorre, M. (2011). La gestión de recursos humanos y el desempeño laboral.
- Legales, E. (2000-2021). Ley Organica de Defensa y Consumidor. Congreso nacional. Obtenido de <https://www.dpe.gob.ec/wp-content/dpetransparencia2012/literala/BaseLegalQueRigeLaInstitucion/LeyOrganicadelConsumidor.pdf>
- Ley Orgánica de defensa del consumidor, L. (10 de julio de 2000). Ley de defensa del consumidor. Obtenido de <https://www.dpe.gob.ec/wp-content/dpetransparencia2012/literala/BaseLegalQueRigeLaInstitucion/LeyOrganicadelConsumidor.pdf>
- Lopez, J. (2005). Motivación laboral y gestión de recursos humanos en la teoría de Frederick Herzberg. *Gestion en el tercer milenio*.
- Luna, S. (2007). Manual práctico para el diseño de la escala Likert. *Xihmai*, 2(4).
- Manjarrez, N., Boza, J., & Mendoza, E. (2020). La motivación en el desempeño laboral de los empleados de los hoteles en el Cantón Quevedo, Ecuador. *Universidad y Sociedad*, 12(1).
- Marco, F., Loguzzo, H., & Fedi, J. (2017). *Introduccion a la gestion y administracion en las organizaciones*. Universidad Nacional Arturo Jauretche.
- Maxwell, J. (2019). *Diseño de investigación cualitativa*. Editorial Gedisa.
- Montejo, P. (2009). *Evaluación del desempeño laboral*. *Gestion*.
- Moreira, M. (2017). Aprendizaje significativo como un referente para la organización de la enseñanza. *Archivos de Ciencias de la Educación*, 11(12).
- Morga, R. (2012). *Teoría y técnica de la entrevista*.
- Muñoz, A., & Romero, D. (2019). Propuesta de mejora para la planeación de abastecimiento de la empresa ferretería y constructora L&R SAS.
- Ortega, F. (2020). *Resultado, rentabilidad y caja*. ESIC.
- Ortiz. (2015). La EncueLa encuesta-Definición, diseño y operacionalización. *Técnicas de Investigación Cuantitativas y Cualitativas*,. Obtenido de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/47792/1/La%20Encuesta%20Grado%202014-2015%201a%20Parte.pdf>
- Ponce, H. (2007). La matriz foda: alternativa de diagnostico y determinacion de estrategias de intervencion en diversas organizaciones. *Enseñanza e investigación en psicología*, 12(1).

- Prieta, C. (2017). *Emprendimiento: conceptos y plan de negocios*.
- Reeve, J. (1999). *Motivación y emoción*. McGraw-Hill.
- Rivera, D. (2017). *Creación de un programa de incentivos para el personal de la empresa Datafast S.A. Guayaquil*. Guayaquil.
- Rodriguez, J. (2006). La motivación, motor del aprendizaje. *Revista ciencias de la salud*, 4.
- Rodriguez, J. (2018). Elementos clave para definir el concepto de utilidad en la información financiera. *Actualidad contable FACES*, 21(36).
- Rodriguez, P. (2020). El impacto que causa la alta rotación de personal en las organizaciones.
- Romeo, A. (2002). *Remuneración, retribución y motivación de vendedores*. Esic Editorial.
- Romero, L. (2015). Incentivos de productividad a través de un plan de mejora salarial basado en competencias Laborales del personal del área de cámara de la Exportadora de pescado Expotuna. Guayaquil.
- Sherman, A., & Chruden, H. (1999). *Administración de personal*. 3ra.
- Soriano, M. (2001). La motivación, pilar básico de todo tipo de esfuerzo. *Proyecto social. Revista de relaciones laborales*, 163-184.
- Suarez, N., & Saenz, J. (2016). Elementos esenciales del diseño de la investigación. Sus características. *Dominio de las Ciencias*, 2(3).
- Urrego, J., & Otros. (2020). *Propuesta de un plan de incentivos y compensación que contribuya al mejoramiento de la organización Sierra Pineda SAS Proandina*.
- Vallejo, L. (2015). *Gestión del talento humano*. Ecuador. La Caracola.
- Varna, J., & Otros. (2009). Motivación, satisfacción laboral, liderazgo y su relación con la calidad del servicio. *Revista cubana de medicina militar*, 38(1).
- Villanueva, D. R. (2018). Diagrama de causa-efecto. La espina de pescado y el árbol de problemas.
- Zaid, G. (2012). *Empresarios Oprimidos*. Mexico: Penguin Random House
- Zapata, G., & Hernandez, A. (2010). Sistema de incentivos y tipos básicos de trabajo en la organización bajo la perspectiva de la teoría de agencia. *Pensamiento & gestión*, 56-86.