



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

Los incentivos económicos y el desempeño laboral en el rubro de ventas.

Trabajo de investigación para optar al grado de:

Bachiller en Administración

Autores:

Jara Sagardía, Shirley Lisset
Tello Sánchez de Saldaña, María Esther

Asesor:

Lic. Felfe Igor Cerna Luján

Trujillo - Perú

2017

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN



ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El Asesor Mg. Felfe Cerna Luján, docente de la Universidad Privada del Norte, facultad de Negocios, carrera profesional de Administración, ha realizado el seguimiento del proceso de formulación, desarrollo, revisión de fondo y forma (cumplimiento del estilo APA y ortografía) y verificación en programa de antiplagio del Trabajo de Investigación del o los estudiantes(s)/egresado (s):

- Jara Sagardía, Shirley Lisset
- Tello Sánchez de Saldaña, María Esther

Por cuanto, **CONSIDERA** que el Trabajo de Investigación titulado "Los incentivos económicos y el desempeño laboral en el rubro de ventas", para optar al grado de bachiller por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas en forma y fondo, por lo cual, **AUTORIZA** su presentación.

Trujillo, 18 de Febrero del 2019


Mg. Felfe Cerna Luján
Asesor

ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN



ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El Director/Coordinador LUIGI VATSLAV CABOS VILLA, de la carrera de Administración, de la Universidad Privada del Norte, ha procedido a realizar la evaluación del Trabajo de Investigación del (o los) estudiante (s)/egresado (s):

- Jara Sagardía, Shirley Lisset
- Tello Sánchez de Saldaña, María Esther

Para aspirar al grado de bachiller con el Trabajo de Investigación titulado "Los incentivos económicos y el desempeño laboral en el rubro de ventas"

Luego de la revisión, en forma y contenido, del Trabajo de Investigación expresa el siguiente resultado:

Aprobado

Calificativo:

() Excelente: De 20 a 18.

() Sobresaliente: De 17 a 15.

Bueno: De 14 a 13.

Desaprobado



Ing. Luigi Cabos Villa
COORDINADOR ACADÉMICO ÁREA NEGOCIOS INA
UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

Trujillo, 18 de Febrero del 2019

Ing. Luigi Vatslav Cabos Villa

Coordinador de Carrera

DEDICATORIA

A Dios; por darme la salud, fortaleza y perseverancia para poder culminar mi carrera universitaria.

A mis amados hijos Fabrizio y Alexa, por ser mi mayor motivación para superarme y nunca rendirme, pero sobre todo por ser la fuerza que me mantiene de pie a pesar de las adversidades.

A mi futuro esposo Karlo, por su apoyo incondicional, comprensión y amor sincero.

A mis padres María y Alfonso, por ser mi ejemplo de superación y amor.

A mis hermanas, por alentarme siempre recordándome que podía ser capaz de lograr mis sueños.

Shirley Lisset Jara Sagardía

A Dios por su amor y fidelidad, a mi esposo por su apoyo, y por ayudarme a cumplir este gran sueño, a mis príncipes Mateo y Santiago quienes son mi principal motor para esforzarme cada día, y a mi madre mi mejor ejemplo de persistencia para alcanzar cada una de las metas trazadas.

María E. Tello Sánchez

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios primero por guiarme y
haberme brindado fortaleza para seguir
adelante, a mis hijos y futuro esposo, quienes se
han sacrificado mucho más que yo,
entendiendo mi ausencia en muchos momentos
A mis padres y hermanas por haberme apoyado en este
desafío de culminar mi carrera universitaria

Shirley Lisset Jara Sagardía

Agradezco a Dios por ser mi sustentador,
guía y protector; y a mi familia por todo su
apoyo incondicional durante este largo camino.

María E. Tello Sánchez

TABLA DE CONTENIDO

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	2
ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.....	3
DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO	5
INDICE DE TABLAS	7
INDICE DE FIGURAS.....	8
RESUMEN	9
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO II METODOLOGÍA	13
CAPÍTULO III RESULTADOS	22
CAPÍTULO IV.....	29
DISCUSIÓN	29
REFERENCIAS.....	32
ANEXOS	34

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Lista de cotejo	14
Tabla 2 Decodificación de datos.....	16
Tabla 3 Tabla comparativa de tesis en estudio.....	23

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Selección de artículos	22
---------------------------------------	----

RESUMEN

Las organizaciones reconocen al colaborador como un recurso humano, quien mediante su capacidad permite el cumplimiento de metas y objetivos establecidos. Por tal motivo, se requiere diseñar una estrategia de compensación e incentivos en el área de ventas, la cual debe estar respaldada por los compromisos estratégicos de la organización y relacionados con el mercado y entorno empresarial en el que se desenvuelve.

Los incentivos deben estar establecidos sobre los criterios del desempeño de los recursos humanos en función de sus resultados; se debe considerar dentro de la gestión de recursos humanos la incorporación de estos como un elemento motivador para mejorar el desempeño laboral del trabajador, creando un efecto positivo de éxito y logros consecutivo tanto para el trabajador como para la organización.

En la presente investigación se analiza la relación entre los incentivos y el desempeño laboral en el área de ventas; según las bases teóricas. Se resalta la importancia de los incentivos como una herramienta fundamental para el área de recursos humanos y el impacto que implica en el desempeño laboral de los colaboradores.

PALABRAS CLAVES: Recursos Humanos, incentivos, planes de incentivos y desempeño laboral.

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

Hoy en día las organizaciones generan mayor exigencia en el ámbito laboral, exigencias que van enfocadas principalmente en el talento humano. Es por ello que la gestión de recursos humanos considera al factor humano como el activo más importante de la organización y resalta a aquellos trabajadores que se distinguen por su eficiencia, eficacia y que a la vez cuenten con un alto potencial dentro de su puesto de trabajo. Los trabajadores aportan conocimientos y habilidades a la empresa; por este motivo se requiere que direccionen sus esfuerzos a través de planes y procesos muy bien estructurados para obtener un mejor desempeño laboral (Udaondo, 1992).

El presente artículo pretende mostrar las investigaciones existentes que se relacionan con la importancia de las variables tales como incentivos y desempeño laboral. Es decir, indaga acerca de la relación y el impacto que tiene una variable sobre otra; así como la importancia de ambas, j tanto para los trabajadores como para las empresas. Además, se busca responder a la pregunta ¿Existe relación entre incentivos y desempeño laboral de los colaboradores en el rubro de ventas?

Mundialmente, las organizaciones buscan cumplir con sus objetivos a través del buen desarrollo de sus actividades en un entorno altamente competitivo. La competitividad se origina por la exigencia del cliente. Es por esto, que las organizaciones se ven obligadas a brindar un buen servicio a través de su recurso humano. Es necesario que los colaboradores cuenten con incentivos que les motive a realizar un mejor desempeño laboral, con el fin de lograr la excelencia en el servicio al consumidor.

Dentro de las organizaciones analizadas se determina que no todas cuentan con programa de incentivos, por ende, existe desgano y un mal desempeño laboral por parte de los colaboradores. Por su parte, ellos se sienten desmotivados por la falta de incentivos y los pocos que son otorgados no son constantes. Se determinó que brindarles incentivos a los colaboradores elevará el nivel de desempeño laboral y por ende el grado de compromiso de todos los colaboradores de estas empresas (López, 2013).

Para Vega (2017) el 59.26% de la muestra de la empresa Compartamos Financiera S.A. Agencia Puno considera que los incentivos que perciben se encuentran en un nivel superior; ya que son considerados bastante atractivos, entre estos están la remuneración, comisiones y repartición de utilidades. Mientras que el 29.63% afirma que, los programas de incentivos dentro de la empresa son alentadoras para su satisfacción laboral (Guillermo, 2005), afirma en su estudio que los colaboradores consideran que los incentivos influyen en el desempeño laboral. Entre los incentivos económicos con los que cuentan su muestra, están los días de descanso con goce de sueldo, placa de reconocimiento y bonos grupales. Por otro lado, entre los incentivos no económicos tiene la estabilidad laboral, desarrollo de carrera, capacitaciones y reconocimiento del empleado. Sin embargo, entre todos los antes mencionados; el incentivo más influyente es el de días de descanso con goce de sueldo.

La ejecución y el alcance de metas, en el área de ventas son puntos que forman parte de la responsabilidad del trabajador. Por este motivo, es imprescindible crear incentivos adicionales para el equipo de venta, teniendo en cuenta que los resultados dependen tanto del ejecutivo de ventas y de los diferentes factores como: necesidades del cliente, calidad y precio del producto, empeño que la empresa y el colaborador ofrecen al cliente final. El autor considera a los incentivos salariales o no salariales como un valor agregado que en la mayoría de casos puede aumentar el desempeño del colaborador. Sin embargo, esto no necesariamente es la solución a problemas relacionados con la productividad. Ya que existen factores adicionales que intervienen en la competitividad entre las empresas del mismo tipo. Además, condiciona el otorgamiento de incentivos, relacionándolo directamente a las necesidades de los colaboradores y al entrenamiento; ya que sin éste último la respuesta laboral sería poco enriquecedora (Aguilar y Ortiz, 2016).

Dentro del campo de ventas existen algunos casos de cambios imprevistos en los precios y promociones de los productos lo que originan que los colaboradores del área de ventas denoten disconformidad. Esto les impide alcanzar sus metas. El resultado de este desanimo es una baja en la producción del área de ventas que origina la disminución en la rentabilidad y el crecimiento sostenido. El autor refiere que los incentivos económicos que otorga la empresa a sus colaboradores del área de ventas

son reducidos originando inconformidad en ellos lo que produce que los resultados en el desempeño no sean satisfactorios para la empresa (Noriega, 2016).

Es importante que los colaboradores conozcan bien los objetivos institucionales y se identifiquen con ellos. Se debe lograr que se sientan orgullosos de la empresa a la que pertenecen. Esto se logra a través de los incentivos ya sean simbólicos, económicos o materiales. El autor refiere que los trabajadores consideran la influencia positiva de los incentivos en su desempeño laboral y que les agrada el reconocimiento en mérito a su buen desempeño. Entre los incentivos de mayor aceptación para la muestra están los incentivos económicos, grupales, las capacitaciones, las comisiones (Altamirano, 2015).

El autor considera al salario e incentivos como los factores más importantes para el desarrollo de la fuerza de ventas. Relaciona directamente al término incentivo con el dinero, ascensos y /o reconocimientos por parte de la organización. Para los colaboradores los incentivos más importantes son: adquirir mejores comisiones, vales de descuento y en menor medida el reconocimiento escrito (Zelada, 2016).

En tal sentido, el objetivo del presente estudio es realizar una revisión sistemática que permita determinar la relación entre incentivos y desempeño laboral en los colaboradores del área de ventas. La información se obtiene de las conclusiones de tesis nacionales e internacionales. En consecuencia, los resultados de esta investigación servirán como referencia para que empresas del mismo sector y afines puedan tomar acción referente a sus planes de incentivos, permitiéndoles mejorar las deficiencias actuales, lo cual terminará siendo beneficioso para la satisfacción del recurso humano.

CAPÍTULO II METODOLOGÍA

La recopilación de información se realizó durante los meses de agosto y noviembre del año 2017, considerando como criterios de inclusión a las conclusiones de las tesis sobre colaboradores del rubro de ventas, que además cuenten con una versión online, y que hayan sido publicados a partir del año 2004 en español. Con el propósito de iniciar el procedimiento de búsqueda de la unidad de análisis, se utilizaron palabras clave o descriptores agrupados de acuerdo con dos categorías: (a) constructo (incentivos, incentivos económicos y no económicos, desempeño laboral y evaluación del desempeño) (b) muestra (colaboradores del área de ventas tangibles e intangibles).

El proceso de búsqueda se realizó en tres fases:

- a. En la primera fase se identificó tesis en las bases de datos de repositorios de universidades peruanos como: UNT, UAP, UPAO.
- b. La segunda etapa fue la búsqueda de tesis en las bases de datos repositorios de universidades nivel Latinoamérica como: Universidad Libre, Universidad Guayaquil, Chile, Unemi.
- c. Por último, se realizó la búsqueda en Google, Google académico, con la finalidad de identificar tesis publicados que no se encuentran anexadas en las bases de datos antes mencionadas.

Tabla 1

Lista de cotejo

N°	Fuente	Año	Título
1	http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/01/01/Lopez-Luis.pdf	2013	Incentivos para mejorar el desempeño laboral en los colaboradores de las empresas distribuidoras de pisos cerámicos de la ciudad de Quetzaltenango”
2	http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3213/noriegasanchez_ines.pdf?sequence=1&isAllowed=y	2016	Los incentivos laborales en el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Latino Distribuciones S.A.C. Distrito de Trujillo.
3	http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/4783/Laura_Vega_Dewar_Magdiel.pdf?sequence=1	2017	Incentivos laborales y nivel de desempeño de los trabajadores operativos de la empresa compartamos financiera S.A. - Agencia Puno 2016.
4	http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2004/guzmanl_p/sources/guzmanl_p.pdf	2004	Incentivos y desempeño en dos empresas chilenas.
5	http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2041/altamiranourbina_ruth.pdf?sequence=1&isAllowed=y	2015	Los incentivos laborales y desempeño de los trabajadores de SECIEL Norte S.A.C. 2015.
6	http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/2843/1/AN%C3%81LISIS%20DE%20INCENTIVOS%20LABORALES%20Y%20SU%20INFLUENCIA%20EN%20EL%20DESEMPE%C3%91O%20DE%20LOS%20EMPLEADOS%20DE%20LA%20EMPRESA%20DE%20ELECTRODOM%C3%89STICOS%20MARCIMEX%20S.A.%20DE%20LA%20CIUDAD%20DE.pdf	2016	Análisis de incentivos laborales y su influencia en el desempeño de los empleados de la empresa de electrodomésticos Marcimex S.A. de la ciudad de milagro.
7	http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/8120/zeladavillanueva_robinson.pdf?sequence=1&isAllowed=y	2016	Plan de incentivos para mejorar la productividad de la fuerza de ventas de la empresa People Outsourcing S.A.C. sucursal Trujillo 2016.
8	http://biblio3.url.edu.gt/Publi/Tesis/2005/01/01/Guillermo-Jose.pdf	2005	Los incentivos laborales y el desempeño de los colaboradores de los call center de los grupos financieros.

9	https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:9yzkSpE4-UgJ:https://es.scribd.com/document/291878853/Incentivos-y-Desempeno-Laboral+%26amp;cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe	2014	Relación entre incentivos económicos y desempeño laboral de los colaboradores de Ripley, 2014.
---	---	------	--

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración propia.

Tabla 2

Decodificación de datos

TESIS	CONCLUSIONES
<p>Universidad Rafael Landívar Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Campus de Quetzaltenango “INCENTIVOS PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO LABORAL EN LOS COLABORADORES DE LAS EMPRESAS DISTRIBUIDORAS DE PISOS CERÁMICOS DE LA CIUDAD DE QUETZALTENANGO” TESIS Luis Fernando López Rodríguez Quetzaltenango, julio de 2013 Campus de Quetzaltenango</p>	<p>Se determinó que los colaboradores de las empresas distribuidoras de piso cerámico sin motivación no logran alcanzar un adecuado desempeño laboral. Se pudo observar que los incentivos son indispensables como factor de motivación para los colaboradores logrando la identificación con la empresa. Se pudo determinar que por lo general las empresas distribuidoras de piso cerámico no cuenta con ningún programa de incentivos, por ende, existe desgano de parte de los colaboradores y un mal desempeño laboral. Se determinó que las empresas distribuidoras de piso cerámico consideran importante los incentivos que les otorgan a los colaboradores. Se concluyó que los colaboradores se sienten desmotivados por la falta de incentivos y los pocos otorgados no son constantes. Se determinó que brindarles incentivos a los colaboradores elevara el nivel de desempeño laboral y por ende el grado de compromiso de todos los colaboradores de estas empresas. Se determinó cuáles son los incentivos adecuados para los colaboradores de las empresas distribuidoras de piso cerámico. Muchas veces por falta de conocimiento de la importancia de los incentivos como motivador dentro de la empresa, estas no aplican ninguno y por ende la desmotivación del colaborador para realiza su trabajo. Si se prueba que los colaboradores si incrementan su desempeño laboral cuando están debidamente incentivados.</p>
<p>UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO Facultad de Ciencias Contables y Administrativas ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN “INCENTIVOS LABORALES Y NIVEL DE DESEMPEÑO DE LOS TRABAJADORES OPERATIVOS DE LA EMPRESA COMPARTAMOS FINANCIERA S.A. - AGENCIA PUNO 2016” TESIS PRESENTADA POR: BACH.</p>	<p>Del análisis de la dimensión de los incentivos cualitativos permite concluir que existe una relación directa (correlación positiva alta) según el coeficiente de Pearson, entre los incentivos cualitativos y el nivel de desempeño laboral de los trabajadores operativos de la empresa Compartamos Financiera S.A. Agencia Puno, ya que un gran porcentaje de los mismos consideran que los incentivos que perciben se encuentran entre un nivel medio - alto. Éstos resultados muestran que los programas de incentivos cualitativos como son: laborales, recreativos, educativos y sociales; tienen un nivel de importancia igual que los incentivos cuantitativos, ya que para los trabajadores es tan importante que la empresa les reconozca la labor en su área de trabajo como la remuneración económica. Del análisis de la dimensión de los incentivos cuantitativos permite concluir que existe una relación directa (correlación positiva alta) según el coeficiente de Pearson, entre los incentivos cuantitativos y el nivel de desempeño laboral de los trabajadores operativos de la empresa Compartamos Financiera S.A. Agencia Puno, ya que un 59.26% de los mismos consideran que los</p>

<p>DEWAR MAGDIEL LAURA VEGA PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN PROMOCIÓN 2012-I PUNO - PERÚ 2017</p>	<p>incentivos que perciben se encuentran en un nivel alto; esto debido a que piensan que la remuneración, comisiones y repartición de utilidades que perciben, en la empresa, son bastante alentadores y atractivas. Por otro lado, existe otro sector considerable del 29.63% que afirma que, los programas de incentivos 117 de su organización son más que alentadoras para su satisfacción laboral; porque consideran que éstos incentivos están acorde al mercado laboral financiero.</p> <p>Existe una relación directa (correlación positiva muy alta) de 0,896 según el coeficiente de Pearson entre los incentivos totales percibidos y el nivel de desempeño laboral en los trabajadores operativos de la empresa Compartamos Financiera S.A. Agencia Puno, a un nivel de significancia de 0,01 con un coeficiente de determinación de Pearson de 0,802 lo que indica que existe una relación significativa al 80.20%, por lo cual se verifica y queda válida la hipótesis de investigación. Además, éstos resultado nos permite concluir que la percepción que tienen los trabajadores respecto a los incentivos es alentador, ya que un 70.37% de los mismos consideran que los incentivos que perciben se encuentran en un nivel alto y que inciden fuertemente en su desempeño laboral; siendo los incentivos cuantitativos los de mayor valor e importancia frente a los incentivos cualitativos.</p> <p>La propuesta de lineamientos a tomar en cuenta, permitirá mejorar los resultados para la empresa, así como la satisfacción de los trabajadores operativos, lo cual también se traducirá en el incremento del nivel de desempeño y sumar utilidades para la empresa, siendo éstos uno de los objetivos institucionales</p>
<p>UNIVERSIDAD DE CHILE FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN ANÁLISIS DE LA MOTIVACIÓN, INCENTIVOS Y DESEMPEÑO EN DOS EMPRESAS CHILENAS SEMINARIO TÍTULO INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN ADMINISTRACIÓN Profesor Guía: Eduardo Acuña Aguirre Alumnos: Pilar Guzmán Labra Soledad Olave Lacámara Santiago, 2004.</p>	<p>Hewlett Packard en sus 66 años de vida ha sido una compañía que ha estado marcada por la innovación en el ámbito de la tecnología, la cual le ha permitido ser actor importante en la industria a la cual pertenece.</p> <p>Desde sus inicios ha estado marcada por estar siempre en busca de una alta calidad y superioridad, la cual ha sido una herramienta fundamental para fidelizar a sus clientes, logrando ser una marca conocida y respetada en un medio tan competitivo como lo es la industria de la tecnología.</p> <p>La forma de administrar de HP en lo que respecta al departamento de recursos humanos es realmente un punto fundamental. Este departamento se caracteriza por ser una unidad de nivel jerárquico igual al de cualquier gerencia dentro de la compañía y como tal, tiene objetivos generales y específicos muy claros, los que debe cumplir en cada periodo. Esta profesionalización del departamento le permite ser un ente activo dentro de la compañía, el cual se encarga de darle sinergia a las distintas áreas de la organización. Es así como este gran departamento ha sido parte importante en todos los logros que ha tenido HP Chile, siendo el mejor país evaluado en todo el continente, en varios aspectos de negocios de la compañía, pero sobre todo en el ámbito del clima laboral y la buena adaptación que ha tenido HP y Compaq Computer después de la fusión.</p> <p>Dentro de las cualidades que tiene este departamento es clave destacar el desarrollo de carrera que pueden tener los empleados en HP, los cuales para ir escalando posición en la compañía deben tener ciertas habilidades y conocimientos, si el postulante no los tiene la compañía los entrena para obtenerlo mediante capacitación. Basta con que un postulante le solicite a su superior su inquietud para ser ascendido y esta solicitud llega al departamento de recursos humanos, el cual se encarga de entregarle al trabajador todas las herramientas necesarias para lograr las bases y requerimientos para el nuevo puesto. Es así como la mayoría de los empleados de HP han logrado la posición en la que se encuentran, estableciéndose en puestos que les acomoden y</p>

	<p>desarrollen sus capacidades al máximo. La posibilidad de desarrollo de carrera es tanto horizontal como vertical y esta es una opción real que tienen los empleados de llevarla a cabo, es un arma muy potente para mantener la felicidad del trabajador, el cual se siente libre dentro de la empresa con la posibilidad de tomar decisiones muy importantes con respecto a su futuro profesional.</p> <p>Otro factor muy importante que se destaca en HP y que va en esa misma línea de libertad para el trabajador, es el tipo de evaluación del desempeño dentro de la compañía, la cual como fue mencionada anteriormente, es abierta. La posibilidad de saber realmente lo que los pares y superiores de un individuo piensan de él, es un signo claro de confianza y transparencia que se vive en el ambiente de HP. El mostrar lo bueno y lo malo que se ha hecho en el trabajo ayuda a mejorar en gran medida el desempeño del individuo en cuestión, de manera tal que le permite internalizar que el tener un desempeño deficiente no es algo que se deba esconder y reprochar de manera silenciosa, sino que, por el contrario, si el trabajador está en ese puesto, es porque tiene las habilidades y el conocimiento necesarios y está existiendo una traba para que se desarrolle correctamente. A través de esta evaluación abierta es posible canalizar esa pequeña falla y volver a la productividad esperada. Por otro lado, si el desempeño es excelente puede ser una vía de incentivo a que el trabajador quiera subir de nivel, capacitándose y optando a un puesto donde pueda desarrollar todas sus capacidades al máximo. HP es una organización que ha sido capaz de canalizar de excelente forma la motivación a sus empleados por medio de un muy buen clima laboral, esta empresa se ha dado cuenta que entregar un ambiente de trabajo adecuado es simplemente una de las mejores formas de motivar al trabajo activo y productivo de los trabajadores, es por esto que ha puesto mucho esfuerzo y dedicación a la creación y mantención de buenas relaciones con y entre los trabajadores, preocupándose de satisfacer sus necesidades de la mejor manera posible y es así como se ha propuesto ser la mejor empresa para trabajar en Chile.</p>
<p>UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS COMERCIALES TÍTULO DEL PROYECTO ANÁLISIS DE INCENTIVOS LABORALES Y SU INFLUENCIA EN EL DESEMPEÑO DE LOS EMPLEADOS DE LA EMPRESA DE ELECTRODOMÉSTICOS MARCIMEX S.A. DE LA CIUDAD DE MILAGRO. Autoras:</p>	<p>La relación laboral debe tener una base de sinceridad y confianza mutua, los incentivos salariales o no son un valor agregado que puede en algunos casos aumentar el performance del trabajador, pero no constituye la solución definitiva a problemas relacionados con la productividad. Ya que hay otros factores que interviene como el marketing, la calidad de los productos ofertados la competitividad entre empresas del mismo tipo.</p> <p>El incentivo no salarial es un reforzador externo de la conducta del trabajador y su éxito depende de las actividades motivacionales que sean agregadas a las políticas empresariales.</p> <p>La capacitación por cuenta de la empresa es un factor determinante para que el otorgamiento de incentivos se de manera fluida y masiva, caso contrario los incentivos no podrán ser entregados ya que la respuesta laboral es insuficiente y los trabajadores podrán sentirse engañados.</p> <p>Los incentivos deben ser tomados de aquellos que ha dado resultado en las grandes empresas internacionales que se preocupan por sus trabajadores, pero deben ser ajustados a la realidad y necesidades de los vendedores milagreños y sus expectativas.</p>

<p>Aguilar Florencia Karla Yelitza Ortiz Sánchez Karolina Janneth Tutor: MSc. Villegas Yagual Félix Enrique, MAE MILAGRO, MAYO, 2016 ECUADOR</p>	
<p>UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS LOS INCENTIVOS LABORALES Y EL DESEMPEÑO DEL PERSONAL DE LOS CALL CENTER DE GRUPOS FINANCIEROS Presentada al Consejo de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Por: JOSÉ EDMUNDO GUILLERMO RIVAS Previo a conferírsele el Título de: ADMINISTRADOR DE EMPRESAS En el Grado Académico de: LICENCIADO Guatemala, abril de 2005.</p>	<p>Entre los incentivos económicos se encuentran días de descanso con goce de sueldo, placa de reconocimiento y bonos grupales. Los incentivos no económicos con los que cuentan los grupos financieros son la estabilidad laboral, desarrollo de carrera, capacitaciones y reconocimiento del empleado. La satisfacción es un factor cualitativo que depende de factores internos en cada uno de los agentes, por lo cual se concluye que los agentes de los grupos financieros consideran que el ambiente laboral es aceptable, y están de acuerdo con el salario que devengan, los cuales influyen en la satisfacción positiva de los agentes. Las habilidades y conocimientos que deben tener los agentes telefónicos son: facilidad de resolver problemas, iniciativa, responsabilidad, puntualidad, trabajo en equipo y dispuesto a trabajar bajo presión; conocimientos de ambiente windows, estudiante universitario y habilidad de trato con el cliente. Los agentes de los grupos financieros consideran que los incentivos influyen en el desempeño laboral, pero sobresale días de descanso con goce de sueldo como el incentivo que más influye con el desempeño. El Grupo Financiero B es el que muestra un mejor desempeño laboral ya que todos sus empleados se encuentran en la zona excelente; en comparación con los Grupos A en los cuales la mayoría de los agentes se encuentra en el límite de mejora de grupo.</p>
<p>UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN “LOS INCENTIVOS LABORALES Y EL DESEMPEÑO DE LOS TRABAJADORES DE SECIEL NORTE S.A.C: 2015” TESIS PARA OPTAR EL TITULO DE: LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN ASESOR:</p>	<p>Los trabajadores consideran que los incentivos influirán de manera positiva sobre su desempeño, les agrada ser reconocidos por su buen desempeño. El incentivo que más les gustaría que les otorgaran a los trabajadores es el incentivo económico, los incentivos grupales, las capacitaciones, las comisiones. El nivel de desempeño de los trabajadores con respecto a las habilidades y conocimientos que poseen es de un nivel regular, las actitudes que poseen son buenas y en el cumplimiento de objetivos el nivel es apenas aceptable. La satisfacción es un factor importante en cada uno de los trabajadores, ellos manifestaron que se sienten regularmente satisfechos con su trabajo. Los trabajadores tienen una buena relación con sus compañeros de trabajo y siempre existe el compañerismo cuando trabajan en equipo.</p>

<p>Ms. HURTADO AGUILAR, ROGER ALFREDO RUTH MELISSA, ALTAMIRANO URBINA BACHILLER EN CIENCIAS ECONÓMICAS TRUJILLO – PERÚ 2015</p>	
<p>UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN</p> <p>“LOS INCENTIVOS LABORALES EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA LATINO DISTRIBUCIONES S.A.C DISTRITO DE TRUJILLO” TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN ASESORA: DRA. VIOLETA CLAROS AGUILAR Inés Noriega Sánchez BACHILLER EN CIENCIAS ECONÓMICAS TRUJILLO – PERÚ 2016</p>	<p>La empresa Latino Distribuciones S.A.C ofrece incentivos a los colaboradores del área de ventas las cuales son: incentivos laborales, económicos, recreativos, sociales, así como incentivos educativos para apoyar en el desempeño profesional de sus colaboradores.</p> <p>La empresa Latino Distribuciones S.A.C no se encuentra tan satisfecha con los resultados mostrados que es un nivel medio, pero a pesar de ello se cuenta con el compromiso de todos los colaboradores de la distribuidora.</p> <p>Los incentivos económicos que otorga la distribuidora a sus colaboradores del área de ventas son pocos trayendo consigo inconformidad en ellos</p> <p>La empresa Latino Distribuciones S.A.C. tiene políticas de incentivos hacia el personal de ventas basado en la superación de sus metas, poniendo énfasis en el incentivo recreativo y laboral.</p> <p>Latino Distribuciones S.A.C no cuenta con un programa de incentivos efectivo dirigido al área de ventas para mejorar e incrementar el desempeño laboral.</p>
<p>UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN TRUJILLO - PERÚ</p>	<p>La empresa People Outsourcing S.A.C. desde el año 2013 – 2015, afronta una disminución constante en la productividad de la fuerza de ventas. La cuenta “inmobiliaria” del cliente “Centenario S.A.C.” es la que mayor índice decreciente presenta de 39% a 23% en el último Año.</p> <p>Respecto a la fuerza de ventas notamos que los trabajadores son relativamente nuevos con menos de un año de servicio.</p>

<p>2016 FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN TRUJILLO - PERÚ 2016 PLAN DE INCENTIVOS PARA MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS DE LA EMPRESA PEOPLE OUTSOURCING S.A.C. SUCURSAL TRUJILLO 2016. TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN ZELADA VILLANUEVA, ROBINSON ALONSO BACHILLER EN CIENCIAS ECONÓMICAS</p>	<p>En cuestión al factor más importante para el desarrollo de la fuerza de ventas tenemos: “Salario” e “Incentivos” con 38.5% y 23.1% respectivamente. (TABL N° 10) En referencia al término “Incentivo” su primera relación es: “Dinero” 46.2%, “Ascensos” 23.1% y “Reconocimientos” 15.4% . La fuerza de ventas describe como parte fundamental para su motivación a los siguientes incentivos: “Mejores comisiones” 44.2%, “Vales de descuento” 28.8% y en menor medida “Reconocimiento escrito” 13.5% Respecto al “Compromiso y Colaboración”, considero que no existe un real compromiso y no hay una colaboración entre compañeros de trabajo para alcanzar las metas propuestas por la empresa. La encuesta nos arroja 69% responde “regular” un 19% dice que “malo” y un 11% “bueno”. Las metas de ventas no se encuentran alineadas con realidad del mercado, esto se ve reflejado en la encuesta a la fuerza de ventas: “De acuerdo” 19.2% y “Totalmente de acuerdo” 3.8%, antagónicamente se muestra amplio margen que responde “En desacuerdo” 46.2% y “Totalmente en desacuerdo” 23.1%, con respecto hacer alcanzables las metas.</p>
--	--

CAPÍTULO III RESULTADOS

Se identificaron 18 tesis, cinco de los cuales fueron descartadas antes del análisis principal. Tres de ellas, no contaban con las variables de incentivo dentro de su estudio, una no consistía en una revisión sistemática sobre los incentivos económicos y el desempeño en el rubro de ventas. De esta forma la unidad de análisis quedó conformada por 9 revisiones científicas de dicho estudio.

Los resultados se obtienen del análisis minucioso de nueve tesis sobre incentivos y desempeño.

La herramienta que se usó para el filtro es una tabla comparativa, la cual nos permite analizar cada uno de los antecedentes que contengan las variables en estudio.

Figura 01 Selección de artículos

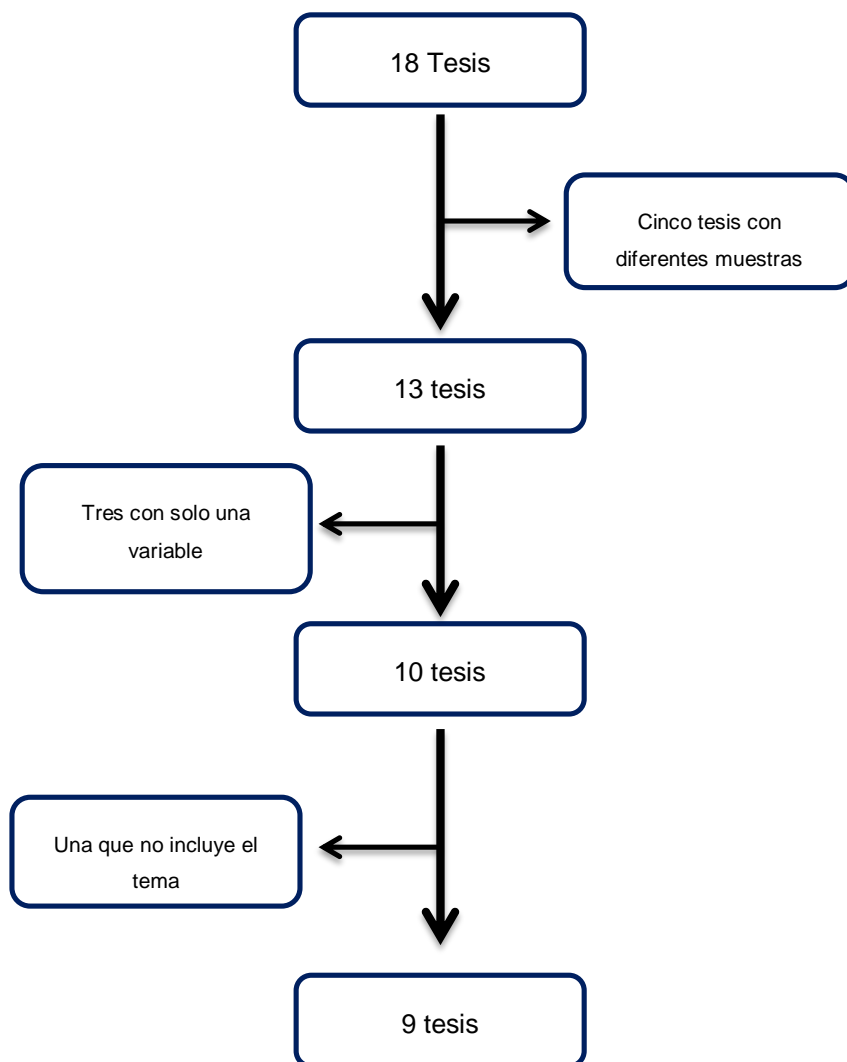


Tabla 3

Tabla comparativa de tesis en estudio

Nombre de tesis	Antecedentes	Comentario
<p>Universidad Rafael Landívar Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Campus de Quetzaltenango</p> <p>“INCENTIVOS PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO LABORAL EN LOS COLABORADORES DE LAS EMPRESAS DISTRIBUIDORAS DE PISOS CERÁMICOS DE LA CIUDAD DE QUETZALTENANGO”</p> <p>TESIS</p> <p>Luis Fernando López Rodríguez</p> <p>Quetzaltenango,</p> <p>julio de 2013</p> <p>Campus de Quetzaltenango</p>	<p>- Castellanos, L. (2000) expone que los incentivos son pagos hechos por las empresas a sus trabajadores como motivadores, y pueden ser premios, bonificaciones, elogios que pueden darse de forma financiera y no financiera, los incentivos financieros son aquellos que se les da a los empleados de forma económica y los incentivos no financieros son aquellos que pueden ser más como elogios ó premios es decir vacaciones premiar al empleado del mes, día libre, etc. los incentivos son una parte fundamental de las empresas ya que ayuda a involucrar al empleado en las actividades de la misma, ya que los motiva a realizar de una forma eficiente sus actividades, los incentivos también pueden ser llamados alicientes ó estímulos, aunque en muchas empresas en donde el trabajo es muy pesado aun no utilizan sistemas adecuados de incentivos para motivar a los empleados.</p> <p>- Navarro, C. (2001) indica que los incentivos son un asunto que deben de tomar en cuenta los empresarios para asegurar de que todo el personal involucrado en la logística efectivamente participe en alguna capacitación prevista, este autor cita a los incentivos desde la perspectiva de las capacitaciones. El método más efectivo es el de condicionar el otorgamiento del empleo a la efectiva conclusión de la capacitación requerida, bien sea esto a través de su asistencia a las sesiones programadas o a la de presentación de pruebas que acrediten su auto capacitación mediante libros de trabajo u otras ejercicios. Esto constituye un incentivo negativo que puede ser compensado por incentivos monetarios o de estatus, definidos en función del contexto específico. Algunos ejemplos de este tipo de incentivos serian: Una atractiva estructura de pagos por la capacitación; conducir sesiones de capacitación en sitios atractivos, la entrega de certificados formales o algún otro estímulo positivo al concluirse exitosamente la capacitación.</p> <p>- Azurdio, J. (2000) indica que el pagar incentivos a los empleados es premiar los resultados de su trabajo realizado. Los incentivos pueden ser clasificados en</p>	<p>Castellanos y Navarro concuerdan que los incentivos permiten comprometer a los colaboradores con las actividades de la organización logrando motivarlos para que desarrollen sus funciones de forma eficiente. Los incentivos pueden ser financieros y no financieros.</p> <p>- Azurdio, J. (2000) indica que uso de incentivos sirve para premiar los resultados del trabajo realizado. Clasifica los incentivos en incentivos casuales e incentivos estructurados.</p>

	<p>incentivos casuales e incentivos estructurados. Los incentivos casuales pueden ser un simple reconocimiento verbal, un cheque no esperado, y los incentivos estructurados son aquellos que implican establecer criterios, o más bien realizar un plan o un sistema de incentivos, como forma de darle una recompensa a los empleados que les sirva como motivador, algunos incentivos comunes usados para los empleados pueden ser por calidad del servicio, es decir por darle un servicio excelente a los clientes tratando de que estos siempre vuelvan a la empresa también por alto nivel de la producción, es decir por tratar de aprovechar todos los elementos que la empresa tenga para poder sobrepasar el volumen de producción trabajando de una forma eficaz y eficiente, y por último detección de errores, esta última sería considerada como una de las más importantes razones para recompensar al empleado en una empresa de producción ya que daría el indicio de no necesitar un departamento de control de calidad demostrando que el trabajo se realizará bien desde la primera vez.</p>	
<p>UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO Facultad de Ciencias Contables y Administrativas ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN “INCENTIVOS LABORALES Y NIVEL DE DESEMPEÑO DE LOS TRABAJADORES OPERATIVOS DE LA EMPRESA COMPARTAMOS FINANCIERA S.A. - AGENCIA PUNO 2016” TESIS PRESENTADA POR: BACH. DEWAR MAGDIEL LAURA VEGA PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN PROMOCIÓN 2012-I PUNO - PERÚ 2017</p>	<p>La percepción que los trabajadores tienen frente a los incentivos y la preferencia de los mismos va estrechamente relacionado con el género, edad, nivel académico y estado civil ya que nos muestran que cada individuo cuenta con diferentes necesidades.</p> <p>Cuenca Yzaguirre, (2014) los resultados en general nos arrojan un desnivel en lo proporcional entre los incentivos totales y el desempeño en general, pero en conclusión en base a los resultados totales la financiera está satisfecha, ya que obtuvo un desempeño en general beneficioso para la empresa. - Los incentivos recreativos y sociales, son los menos preferidos por el personal.</p>	<p>Los incentivos deben estar relacionados con las necesidades de los colaboradores, además debe tener en cuenta la edad, sexo, ocupación, etc.</p> <p>Se halló un desnivel entre incentivos totales y desempeño en general. Los incentivos recreativos y sociales son los menos preferidos.</p>
<p>UNIVERSIDAD DE CHILE FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN</p>	<p>- En Chile, las empresas han venido entregando de manera creciente, incentivos laborales a sus colaboradores. Las virtudes de este tipo de prácticas apuntan a mejorar el desempeño, generar mayor compromiso con el trabajo y general incrementar la productividad de las compañías.</p>	<p>En Chile, las empresas entregan incentivos a sus colaboradores con la finalidad de mejorar el desempeño y generar mayor compromiso con el trabajo. En consecuencia, esto permite</p>

<p>ANÁLISIS DE LA MOTIVACIÓN, INCENTIVOS Y DESEMPEÑO EN DOS EMPRESAS CHILENAS SEMINARIO TÍTULO INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN ADMINISTRACIÓN Profesor Guía: Eduardo Acuña Aguirre Alumnos: Pilar Guzmán Labra Soledad Olave Lacámara Santiago, 2004.</p>	<p>- Los principales beneficios de entregar incentivos para las compañías apuntan a contar con colaboradores motivados, felices, optimistas y enérgicos. - Valverde, J (2011) que las boticas que otorgan incentivos laborales como comisiones por ventas, incentivos por producto específico y laboratorio específico no solo satisface la situación económica de los colaboradores sino que también genera a la empresa el incremento en su rentabilidad económica.</p>	<p>satisfacer la situación económica del colaborador e incrementar la productividad de las organizaciones. Los incentivos tienen como beneficios mantener colaboradores motivados, felices, optimistas y enérgicos.</p>
<p>UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS COMERCIALES TÍTULO DEL PROYECTO ANÁLISIS DE INCENTIVOS LABORALES Y SU INFLUENCIA EN EL DESEMPEÑO DE LOS EMPLEADOS DE LA EMPRESA DE ELECTRODOMÉSTICOS MARCIMEX S.A. DE LA CIUDAD DE MILAGRO. Autoras: Aguilar Florencia Karla Yelitza Ortiz Sánchez Karolina Janneth Tutor: MSc. Villegas Yagual Félix Enrique, MAE MILAGRO, MAYO, 2016 ECUADOR</p>		<p>No se encontraron antecedentes relacionados con el rubro.</p>
<p>UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR</p>	<p>Paz (2000) se fijó como objetivo establecer el método de evaluación del desempeño que vaya acorde con la empresa y como éste puede favorecer la promoción de los</p>	<p>Los planes de incentivos deben darse a conocer a todo el personal.</p>

<p>FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS LOS INCENTIVOS LABORALES Y EL DESEMPEÑO DEL PERSONAL DE LOS CALL CENTER DE GRUPOS FINANCIEROS</p> <p>Presentada al Consejo de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales</p> <p>Por: JOSÉ EDMUNDO GUILLERMO RIVAS</p> <p>Previo a conferírsele el Título de: ADMINISTRADOR DE EMPRESAS</p> <p>En el Grado Académico de: LICENCIADO</p> <p>Guatemala, abril de 2005.</p>	<p>trabajadores o los incentivos laborales: Concluyó que arriba de un 81.82% del personal administrativo conoce la evaluación del desempeño y todos los gerentes conocen la evaluación del desempeño; no obstante, el personal entrevistado no ha recibido promociones o incentivos por el desempeño realizado. Por lo que recomendó que se utilicen políticas que especifiquen la forma en que se otorgan las promociones como los incentivos.</p>	<p>No se encontraron antecedentes con las dos variables.</p>
<p>UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN</p> <p>“LOS INCENTIVOS LABORALES Y EL DESEMPEÑO DE LOS TRABAJADORES DE SECIEL NORTE S.A.C: 2015”</p> <p>TESIS PARA OPTAR EL TITULO DE: LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN</p> <p>ASESOR: Ms. HURTADO AGUILAR, ROGER ALFREDO RUTH MELISSA, ALTAMIRANO URBINA</p> <p>BACHILLER EN CIENCIAS ECONÓMICAS TRUJILLO – PERÚ</p> <p>2015.</p>	<p>Carmona Darlyn llega a la conclusión en lo que respecta a los incentivos motivacionales para los empleados se les debe otorgar tanto incentivos económicos como los incentivos no económicos, debido a que los dos son de suma importancia para los trabajadores y trabajadoras puesto que para ellos significa el mérito por su efectiva participación en el logro de los objetivos de la empresa.</p>	<p>A los colaboradores se les debe ofrecer incentivos económicos y no económicos como recompensa a su buen desempeño.</p>

<p>UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN</p> <p>“LOS INCENTIVOS LABORALES EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA LATINO DISTRIBUCIONES S.A.C DISTRITO DE TRUJILLO”</p> <p>TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN ASESORA: DRA. VIOLETA CLAROS AGUILAR Inés Noriega Sánchez BACHILLER EN CIENCIAS ECONÓMICAS TRUJILLO – PERÚ 2016.</p>		
<p>UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN TRUJILLO - PERÚ 2016</p> <p>FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN TRUJILLO - PERÚ 2016</p> <p>PLAN DE INCENTIVOS PARA MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD</p>		<p>No se encontraron antecedentes con referencia a las variables de estudio.</p>

<p>DE LA FUERZA DE VENTAS DE LA EMPRESA PEOPLE OUTSOURCING S.A.C. SUCURSAL TRUJILLO 2016. TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN ZELADA VILLANUEVA, ROBINSON ALONSO BACHILLER EN CIENCIAS ECONÓMICAS</p>		
---	--	--

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN

Los incentivos, es un tema primordial que todas las organizaciones del rubro de ventas deberían tener en cuenta. En la presente investigación sistemática de tesis se analizan las variables: incentivos y desempeño laboral. Los estudios investigados identifican que el resultado de mantener a los colaboradores incentivados, genera mayor beneficio y producción a la organización.

Para Sherman, Bohlander & Snell (2001), los incentivos tienen como finalidad motivar a los colaboradores de las organizaciones para que su desempeño sea mejor en cada una de las actividades realizadas. Mientras que para Gómez et al. (2001), las empresas deben ofrecer los incentivos económicos y no económicos ya que ayudan al desarrollo del trabajador para tener una mayor productividad y seguridad laboral. Por otro lado Sherman Jr. y Chruden (1999) afirman que los incentivos cualitativos son fundamentales para las organizaciones, ya que mejoran el nivel de desempeño de los trabajadores y evitan la rotación del personal dentro de la misma. Teniendo como resultado una empresa con mejor rentabilidad y estabilidad laboral. Werther Jr. & Davis (1995) sostienen que el determinante dentro de un sistema de incentivos cuantitativos se rige por su nivel de desempeño. El sistema de incentivos cuantitativos tiene como objetivo premiar el mejor desempeño de forma regular y periódica. Asimismo, afirma que las compensaciones que se otorgan se relacionan directamente con la productividad. Es por eso, que los gastos de la administración de un sistema de incentivos se compensan cuando éste incrementa el nivel de desempeño del colaborador. Laura, D. (2017) sostiene que existe una relación de dependencia entre el desempeño laboral con respecto al incentivo cualitativo, al observarse que hay distribución equivalente de niveles y proporciones entre éstos indicadores; coincidiendo de esta forma con la teoría sostenida por Sherman Jr. y Chruden (1999).

Cuando se habla de la dimensión de incentivos cuantitativos los colaboradores afirman tener mayor inclinación por este tipo de incentivo; ya que éstos tienen la ventaja de proporcionarles un incremento en sus ingresos. Por otro lado Gracia y Patjane (2005) indican que "No puede suponerse que otorgar dinero dará mejores resultados, estos sistemas que relacionan de modo directo los salarios con la producción, son efectivos para estimular si se formulan estándares adecuados y son administrados con eficacia" (p. 11). En este tipo de

incentivo mayormente se suele ofrecer comisiones, bonos, aumento por méritos, premios económicos, descansos remunerados, días feriados, pago de horas extra, entre otros.

Respecto al desempeño, se determina que los incentivos inciden significativamente de manera positiva en el desempeño laboral. Al desempeño se le considera como el desarrollo de tareas y actividades relacionadas con los estándares y objetivos de la organización (Chiavenato, 2001). Por otro lado se indica que el desempeño laboral tiene como características a los conocimientos, habilidades y capacidades que se esperan que una persona aplique y demuestre al desarrollar sus actividades laborales (Fumhan, 2000). En contraste, Werther y Davis (2000) indican que "el desempeño laboral es influenciado en gran parte por las expectativas del empleado sobre el trabajo, sus actitudes hacia los logros y su deseo de armonía", a la vez reflexiona que " el desempeño se relaciona o vincula con las habilidades y conocimientos que apoyan las acciones del trabajador, en pro de consolidar los objetivos de la empresa" (p.302). Chiavenato (2007) menciona que el desempeño laboral es una apreciación sistemática de cómo cada persona se desempeña en un puesto y de su potencial de desarrollo futuro, a fin de estimular o juzgar el valor, la excelencia y las cualidades de una o varias personas (p.243) También indica que dependen de las competencias que tengan al momento de realizar su labor, ligado al comportamiento, destrezas que se aporte con el propósito de cumplir sus responsabilidades de forma eficaz. Chiavenato (2004) también plantea que el desempeño es el comportamiento del evaluado en la búsqueda de los objetivos fijados.

CONCLUSIONES

Después de analizar y contrastar la información de la investigación sistemática, concluimos que los incentivos laborales dentro de una organización son un valor agregado de suma importancia. Los incentivos tienen como finalidad motivar a los colaboradores para mejorar su desempeño laboral. Por tal motivo, las organizaciones deben ofrecer un programa de incentivos para mantener colaboradores motivados a través de los incentivos; lo cual, ayuda a que éstos se sienten más comprometidos y dedicados con los objetivos de la organización.

El incentivo no salarial es un reforzador externo de la conducta del trabajador y su éxito depende de las actividades motivacionales que sean agregadas a las políticas empresariales. En lo que se refiere a los incentivos cuantitativos podemos mencionar que cuenta con las ventajas de: proporcionar un incremento en el ingreso económico de los colaboradores, evitar la rotación del personal, ayuda al desarrollo del colaborador para tener una mayor productividad; sin embargo, no necesariamente es la solución definitiva a problemas relacionados con la productividad. En este tipo de incentivo mayormente se suele ofrecer comisiones, bonos, aumento por méritos, premios económicos, descansos remunerados, días feriados, pago de horas extra, entre otros. Es por eso que se puede observar una relación de dependencia entre el nivel de desempeño del colaborador y el incentivo otorgado; se puede decir que mientras mayor sea su nivel de desempeño mayor será el ingreso para el este.

Además, se concluye con que los incentivos proporcionan un incremento en el ingreso de los colaboradores, brindan seguridad laboral, ya que pueden evitar despidos o renuncias laborales. Los incentivos tienen una relación directa con el desempeño laboral, ya que es de suma importancia que los colaboradores se sientan realizados, crezcan profesionalmente y tengan reconocimientos por parte de la institución, un personal adecuadamente incentivado es aquel que mayor beneficio y producción desarrolla en la empresa.

REFERENCIAS

- Afebrier. (2015). *Recursos Humanos/Compensación y beneficios*. Recuperado el 30 de noviembre de 2017, de <http://www.eoi.es/blogs/mintecon/author/afebrier/>
- Villegas, F., Aguilar, K. y Ortiz, K. (2016). *Análisis de Incentivos Laborales y su Influencia en el Desempeño de los Empleados de la empresa de Electrodomésticos Marcimex S.A. de la Ciudad de Milagro*. (Tesis Licenciatura). Universidad Estatal de Milagro, Ecuador.
- Alvitez, F. & Ramírez, M. (2013). *Relación entre el programa de compensación e incentivos y la motivación en los empleados de la empresa del grupo Almer, Trujillo – 2013*. (Tesis de Licenciatura), Universidad privada Antenor Orrego, Trujillo.
- Chiavenato, I. (2000). *Administración de recursos humanos*. Colombia: Mc. Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de Recursos Humanos*. México: Mc Graw - Hill Interamericana.
- Espinoza, H., & Huaita, F. (2012). *Aplicación de incentivos en el sector público*. Ministerio de economía y finanzas, Lima. Recuperado el 30 de noviembre de 2017, de https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_publ/estudios/DGP_incentivos_fusionado.pdf
- Guatarasma, F., & Marcano, F. (2013). *Propuesta de un plan de incentivos laborales para el personal docente de la unidad educativa integral “nuevos horizontes” periodo 2013*. (Tesis de Licenciatura). Universidad de Oriente, Maturín. Recuperado el 26 de noviembre de 2017, de http://ri.biblioteca.udo.edu.ve/bitstream/123456789/4740/1/658.3142_G866_01.pdf

- Guillermo, J. (2005), *Los Incentivos Laborales y el Desempeño del Personal de los Call Center de Grupos Financieros*, (Tesis de Licenciatura). Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- Jiménez, L., & Hernández, S. (2013). *Importancia de las compensaciones laborales y de la gestión humana en las empresas. Uexternado*. Recuperado el 5 de diciembre de 2017, de revistas.uexternado.edu.co/index.php/proyecta/article/download/1958/1748
- Jobber, D., & Lancaster, G. (2012). *Administración de ventas*. México: Pearson Educación.
- Johnston, M., & Marshall, G. (2014). *Administración de ventas*. México: McGraw-Hill.
- López, L. (2013). *Incentivos para Mejorar el Desempeño Laboral en los Colaboradores de las Empresas Distribuidoras de Pisos Cerámicos de la Ciudad de Quetzaltenango*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- Mesa, M., Naranjo, R., & Pérez, L. (2007). *La evaluación del desempeño: herramienta vital en la dirección organizacional*. Observatorio de la Economía Latinoamericana (73). Recuperado el 30 de noviembre de 2017, de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/>
- Sum Mazariegos, M. (2015). *Motivación y desempeño laboral (Estudio realizado con el personal administrativo de una empresa de alimentos de la zona 1 de Quetzaltenango)*. (Tesis de Licenciatura), Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango. Recuperado el 26 de noviembre de 2017, de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Sum-Monica.pdf>
- Universidad EAFIT. (2012). *Gerencias de ventas*. Bogotá, Colombia: Mc Graw Hill.

ANEXOS

ANEXO N° 01

RÚBRICA DE EVALUACIÓN

20/02/2019



RÚBRICA DE EVALUACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

RÚBRICA DE EVALUACIÓN DE REVISIÓN SISTEMÁTICA

Título de la investigación: "Los incentivos económicos y el desempeño laboral en el rubro de ventas"							
Nombres y apellidos del evaluador : Mg. Felfe Cerna Luján.							
Sede: TML		Carrera: Administración		Facultad: NEGOCIOS			
CONDICIONES OBLIGATORIAS							
Coherencia		Los resultados, discusión y conclusiones responde a la pregunta y objetivo de la investigación			Sí		No
Consistencia		Cada una de las secciones del trabajo de investigación están debidamente sustentadas			Sí		No
Informe de similitud		Tiene 0% de similitud después de eliminar falsos positivos			Sí		No
CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
Sección		Ítem	Reportado en la página #	Puntaje			
				Bien desarrollado	Parcialmente	No lo presenta	Puntaje obtenido
Título	Título	Identifica el reporte como una revisión sistemática.	1	0.5	0.25	0	0.25
Resumen	Resumen	Proporciona en 200 palabras: antecedentes; objetivos; fuentes de datos; criterios de elegibilidad, objeto de estudio; métodos de evaluación y síntesis del estudio; resultados; limitaciones; conclusiones.	9	1	0.5	0	0.5
Introducción	Justificación	Describe la justificación de la revisión en el contexto de lo que ya se conoce.	10	1	0.5	0	0.5
Introducción	Objetivos	Proporciona una declaración explícita de las preguntas que se están tratando con referencia al objeto de estudio.	12	2	1	0	1
Metodología	Criterios de elegibilidad	Especifica las características de los estudios considerados (por ejemplo, los estudios que miden la empleabilidad de los universitarios) y las características del informe (por ejemplo, los años considerados, el idioma y el estado de publicación).	13	1	0.5	0	0.5
Metodología	Recursos de información	Describe las bibliotecas virtuales consultadas para el estudio, por ejemplo: Ebsco, Redalyc, Google Académico, etc.	14	0.5	0.25	0	0.25
Metodología	Búsqueda	Presenta la estrategia de búsqueda utilizada, por ejemplo palabras claves, limitadores utilizados (por ejemplo, periodo, tipos de documentos, idioma, etc.) de tal forma que pueda replicarse el estudio.	13	0.5	0.25	0	0.25

20/02/2019

Metodología	Selección de estudios	Indica los criterios por los que descartó o incluyó estudios (por ejemplo, del total del resultado de la búsqueda se descartaron 5 porque no tenían instrumentos de medición de empleabilidad).	13	1	0.5	0	0.5
Metodología	Proceso de recopilación de datos	Describe el método de extracción de datos de los estudios (por ejemplo, en tablas que describen los estudios con campos como: año de publicación, revista, país, institución, tipo de estudio, etc.) y cualquier proceso para obtener y confirmar los datos de los estudios.	13	0.5	0.25	0	0.25
Resultados	Selección del estudio	Proporciona el número de estudios examinados, evaluados por elegibilidad e incluidos en la revisión, con razones para las exclusiones en cada etapa, idealmente con un diagrama de flujo.	22	2	1	0	2
Resultados	Características de los estudios	Para cada estudio, presenta las características para las que se extrajeron los datos (por ejemplo, año de publicación, revista, país, institución, tipo de estudio, etc.).	23	2	1	0	2
Resultados	Análisis global de los estudios	Presenta las características de los estudios de manera globalizada (por ejemplo, porcentaje de estudios por año de publicación, por tipos, por temas abordados, etc.).	23	2	1	0	2
Discusión	Resumen de los resultados	Resume los principales hallazgos, incluyendo la fuerza de la evidencia para cada resultado principal; considera su relevancia para el objeto de estudio.	23	3	1.5	0	1.5
Discusión	Limitaciones	Discute las limitaciones en el estudio y el nivel de resultado (p. Ej., Riesgo de sesgo) ya nivel de revisión (por ejemplo, recuperación incompleta de la investigación identificada, sesgo de notificación).	29	1	0.5	0	0.5
Discusión	Conclusiones	Proporcionar una interpretación general de los resultados, responde la pregunta de la investigación, y las implicaciones para la investigación futura.	31	2	1	0	2
Puntaje total							14

Firma del evaluador

Firma y sello del director/coordinador de carrera

Adaptado de: Moher D, Liberati A, Tetzlaff J, Altman DG, The PRISMA Group (2009). Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses: The PRISMA Statement. PLoS Med 6(7): e1000097. doi:10.1371/journal.pmed1000097