

UNIVERSIDAD NACIONAL “HERMILIO VALDIZÁN” HUÁNUCO



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**DESEMPEÑO LABORAL Y EL NIVEL DE VENTAS
EN LA EMPRESA “H MOTORS” HUÁNUCO
PERIODO 2014 – 2015”.**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN ADMINISTRACIÓN**

TESISTAS : CAPCHA BARRIOS, Jack Junior

PALACIOS ESPINOZA, Richard Alejandro

HUÁNUCO – PERÚ

2017

DEDICATORIA

Dedicamos el presente trabajo a:

- La memoria de mis queridos abuelos Alejandro y Zenaida por haber formado en mí, valores, disciplina, trabajo y quienes dedicaron amor y comprensión hasta el último día de sus vidas.
- Mis padres Ricardo y Elizabeth, pilares que hoy muestran el resultado de mi persona.
- Mis tíos quienes fueron símbolo paternal y maternal.

Richard A. Palacios Espinoza

- A Dios, por la vida, la salud y la hermosa familia que me dio.
- Dedico de manera especial a mis Padres Diana Barrios Domínguez y Oscar Capcha Gómez quienes fueron el cimiento principal en la formación de mi vida profesional. Sentaron en mí las bases de responsabilidad y deseos de superación, en ellos tengo el espejo en la cual me quiero reflejar por sus virtudes infinitas.
- A mis hermanas que siempre estuvieron brindándome su apoyo, ánimos y la calidez de mi familia a la cual amo.

Jack J. Capcha Barrios

AGRADECIMIENTO

A los docentes de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Escuela profesional de Ciencias Administrativas, por ser el medio de nuestra formación académica y a todas aquellas personas que con su confianza y apoyo continuo nos permitieron superar obstáculos que se presentaron durante el desarrollo del trabajo de investigación.

Al Dr. Aurelio Simón Rosas, asesor de nuestra tesis, quien con su apoyo continuo y su amplio conocimiento hizo posible la culminación de esta tesis.

Al Gerente General de la empresa H Motors S.A. y a los trabajadores de la misma, por el apoyo incondicional brindado durante la materialización del trabajo de campo del presente trabajo de investigación.

A los docentes dictaminadores, quienes con cada una de sus recomendaciones en el transcurso de la investigación hicieron posible la mejora y culminación exitosa de este trabajo.

Gracias a todos quienes de alguna manera hicieron posible la culminación de esta investigación con éxito.

LOS TESISISTAS

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación consideramos como factor principal el capital humano, debido a que constituye una fortaleza para la empresa H Motors S.A. en este mercado competitivo y como consecuencia brinda resultados positivos, con esta preposición las empresas buscan mejorar constantemente el desempeño laboral. En el presente siglo, definitivamente los Gerentes de las empresas se han convencido de que el capital humano es elemental para su estrategia, por lo tanto la gestión adecuada del conocimiento y desempeño laboral puede mejorar su nivel de ventas ante la competencia y mundialización económica. La idea de que las organizaciones “compiten a través de las personas” pone de relieve el hecho de que el éxito depende cada vez más de la capacidad de la organización para formar a su capital humano.

El presente trabajo de investigación estuvo inmerso en el nivel descriptivo/correlacional porque se describió dos elementos de la administración como lo son: El desempeño laboral y el Nivel de ventas. Los tipos de investigación fueron: por su alcance temporal de carácter sincrónica, por su profundidad (descriptivo/correlacional), por su carácter (cuantitativa), por su marco teórico (campo), por su fuente (mixto), por su objeto (disciplinar), por su estudio al que dan lugar (encuesta).

En cuanto a población y muestra, los tesisistas decidieron tener como población a 8 trabajadores y 1 Gerente General haciendo un total de 9 personas en la empresa H Motors S.A. representados por el Cuadro de Asignación de Personal, la muestra se caracterizó por ser una muestra poblacional en razón de que nuestra población lo conforma un número reducido de trabajadores.

El objetivo general del trabajo de investigación fue “Conocer la relación del Desempeño Laboral con el Nivel de ventas en la empresa H Motors S.A.” a través del desarrollo de la investigación se logró determinar la relación entre las 2 variables, esto gracias a los instrumentos de campo como lo fueron: El cuestionario, la guía de observación y la guía de entrevista.

En el trabajo de campo los resultados que se obtuvieron mediante las técnicas e instrumentos de recolección de datos aplicados a los trabajadores de la empresa H Motors S.A. fueron de una tendencia positiva con relación a las dos variables de investigación y las que fueron contrastadas con los antecedentes, marco teórico y la hipótesis general, así llegamos a la conclusión que el Desempeño Laboral se relaciona positivamente con el Nivel de ventas en la empresa H Motors S.A.; las mismas que se evidencian en los cuadros N° 05; 06; 07; 08; 09; 10; 11; 12; 13; 14; 15; 16; 17 y 18.

Tesisistas.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
RESUMEN.....	V
INTRODUCCION.....	VII

CAPITULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1	Descripción del problema.....	10
1.2.	Formulación del problema.....	16
	1.2.1 Problema general.....	16
	1.2.2. Problemas específicos.....	16
1.3.	Objetivos de la investigación.....	17
	1.3.1. Objetivo general.....	17
	1.3.2. Objetivos específicos.....	17
1.4.	Hipótesis y sistema de hipótesis.....	17
	1.4.1. Hipótesis general.....	17
	1.4.2. Hipótesis específicas.....	17
1.5.	Variables.....	18
	1.5.1. Operacionalización de las variables.....	19
1.6.	Justificación.....	21
1.7.	Importancia.....	22
1.8.	Viabilidades.....	23
1.9.	Limitaciones.....	23

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.	Antecedentes del problema.....	25
	2.1.1. A nivel local.....	25
	2.1.2. A nivel nacional.....	27

2.1.3.	A nivel Internacional.....	29
2.2.	Bases teóricas.....	35
2.2.1.	Trabajo en equipo.....	35
2.2.2.	Estrés y orientación.....	35
2.2.3.	Incentivos.....	36
2.3.	Definiciones conceptuales.....	52

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1.	Nivel de investigación.....	55
3.2.	Tipos de investigación.....	55
3.2.1.	Por su alcance temporal.....	55
3.2.2.	Por su profundidad.....	55
3.2.3.	Por su carácter.....	55
3.2.4.	Por su marco.....	56
3.2.5.	Por su fuente.....	56
3.2.6.	Por su objeto.....	56
3.2.7.	Por su estudio al que dan lugar.....	56
3.3.	Diseño y esquema de la investigación.....	56
3.4.	Población y muestra.....	57
3.4.1.	Población.....	57
3.4.2.	Muestra.....	58
3.5.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	59
3.6.	Técnicas de procesamiento y presentación de datos.....	59
3.6.1.	Técnica de procesamiento de datos.....	60
3.6.2.	Técnica de presentación de datos.....	60

CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1.	Trabajo de campo.....	61
4.1.1.	Encuesta a los trabajadores de la empresa H Motors S.A.....	61

CAPITULO V

DESCUSION DE RESULTADOS

5.1. Contratación de los resultados del trabajo de campo con las conclusiones de los antecedentes.....	95
5.2. Contratación de los resultados de trabajo con los referentes bibliográficos de las bases teóricas.....	98
5.3. Contratación de los resultados en base a la prueba de hipótesis.....	101
CONCLUSIONES.....	103
SUGERENCIAS.....	105
BIBLIOGRAFIA.....	106
ANEXOS.....	108

INTRODUCCIÓN

El problema general del trabajo de investigación fue: ¿De qué manera el Desempeño Laboral se relaciona con el nivel de ventas en la empresa “H Motors S.A.”? , en el desarrollo del trabajo se evidencia que ambas se relacionan de manera positiva.

La hipótesis que los tesisistas plantearon fue: Conociendo si el Desempeño Laboral se relaciona positivamente con el Nivel de ventas en la empresa H Motors S.A., entonces se generara cambios en la actitud del equipo que labora en la empresa.

El presente trabajo de investigación se dividió por capítulos, los mismos que se detallan a continuación: El primer capítulo: El Problema de investigación; segundo: Marco Teórico; tercero: Marco Metodológico; cuarto: Resultados; quinto: Discusión de Resultados.

Si se encuentra algunos errores de forma u fondo dentro del trabajo de investigación los tesisistas estamos dispuestos a resarcirla ya que la investigación es flexible y de esta manera tener un trabajo que cumpla las expectativas de nuestros jurados.

Tesisistas.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Es tal la importancia que hoy se le otorga al factor humano que se le considera la clave del éxito de una empresa y la gestión de recursos humanos es considerada como la esencia de la gestión empresarial. De esta manera una organización eficiente ayuda a crear una mejor calidad de vida de trabajo, dentro de la cual sus empleados estén motivados a realizar sus funciones. La gestión de recursos humanos constituye, por tanto, un factor básico para que la empresa pueda obtener altos niveles de productividad, calidad y competitividad.

Entendemos por competitividad a la capacidad, una actitud particular un estado o atributo de la empresa, un modo de funcionamiento que es congruente con la realidad de los mercados abiertos donde hay que enfrentar amenazas o desafíos cotidianos que nos obligan a mantener sistemáticamente ventajas competitivas que permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno económico.

Esta capacidad se evalúa a través de la productividad, la calidad de producción, la capacidad innovadora, los costos mínimos, las formas de

trabajar, actuar y pensar de los integrantes de la empresa así mismo la presencia de estructuras flexibles que permitan moverse en un medio cambiante. La competitividad no es producto de una casualidad ni surge espontáneamente, se crea y se logra a través de un largo proceso de aprendizaje y negociación de los empresarios, trabajadores, acreedores y clientes. (monografias, 2008).

Hoy en el mundo vivimos un constante proceso de cambio acelerado y de competitividad en una economía cada vez más liberal, marco que hace necesario un cambio total del enfoque en la gestión de las organizaciones. En esta etapa de cambios, las empresas buscan elevar los índices de productividad, lograr mayor eficiencia y brindar un servicio de calidad, esto a su vez repercute en el nivel de ventas, factor favorable para el desarrollo y crecimiento de las empresas. Lo que está obligando a los empresarios y gerentes a crear ventajas competitivas para sus empresas. Una de las maneras de crear y tener una ventaja competitiva es a través del capital humano, mejorando el desempeño laboral en las empresas. En el umbral del presente siglo, definitivamente las empresas se han convencido de que el capital humano es elemental para su estrategia de futuro y por lo tanto la gestión adecuada del conocimiento y desempeño laboral puede mejorar su nivel de ventas ante la voraz mundialización económica. La

idea de que las organizaciones “compiten a través de las personas” pone de relieve el hecho de que el éxito depende cada vez más de la capacidad de la empresa para formar a su capital humano.

En el ámbito internacional la marca de motocicletas Harley Davidson Motor Company, muestra un impactante éxito a raíz del enfoque inquebrantable en los distribuidores y en las relaciones con los clientes por lo cual hoy tiene un alto grado de lealtad hacia la marca, pero esto se remonta tiempo atrás cuando la empresa empezó a vender “la experiencia Harley”. Para seguir con el ritmo en el nivel de ventas Harley crea programas donde los clientes antiguos invitan a nuevos y posibles clientes de la marca, convirtiéndolos en agentes de venta de la empresa, hecho que ha resultado desde la época de los 80”. Otro factor que puso énfasis especial del éxito, fue poner los modelos más recientes de motocicletas en las salas de exhibición de los distribuidores cuando se necesitan, y para lograrlo, los envíos deben llegar dentro de los plazos exigidos. Las motocicletas nuevas no deben llegar antes de que haya espacio para ellas ni después de que el inventario existente se haya vendido. En pocas palabras, deben estar disponibles cuando los clientes deseen comprarlas. (MENDEZ, emprendedores, 2010).

El Caso de éxito internacional Harley Davidson muestra como los trabajadores de la empresa también eran usuarios de la marca, utilizando la “experiencia Harley” como su factor decisivo del proceso de compra. La empresa gracias a esta característica de venta logro rápidamente expandirse a nivel internacional.

En el ámbito nacional la empresa INDIAN MOTOS S.A.C. Ejemplo de éxito en el mercado de motos en el Perú, con 18 años de presencia en el mercado nacional, iniciando sus actividades como importador directo de repuestos, partes y accesorios de la marca Bajaj. La población peruana bajo el enfoque de brindar una atención eficiente y personalizada, dentro de sus objetivos se puede encontrar: Cumplir y superar las expectativas de los clientes a través de un servicio integrado con la finalidad de crear fidelidad entre ellos, capacitación del personal en forma continua con el objetivo de fomentar la cultura de servicio de calidad y excelencia lo que ha llevado a gozar de un prestigio y reconocimiento del mercado peruano, una organización que logra resolver problemas y aprovechar oportunidades mediante el cumplimiento del sistema de valores y aprendizaje continuo. A esto se agrega el factor más importante del éxito de la empresa INDIAN MOTOS S.A.C. el servicio post venta como: Servicio técnico con personal capacitado, talleres de reparación y de

mantenimiento en el territorio nacional, repuestos y garantías. Es por ello que cuenta con más de 90 puntos de ventas a nivel nacional y 400 puntos de venta de repuestos a nivel nacional. (indianmotos, 2015).

En el entorno nacional donde las empresas solo se dedicaban a generar ingresos, realizar las ventas, cumplir con las entregas de motos, accesorio, equipos y repuestos es donde nace un nicho de mercado muy importante y que las empresas dejaron al descubierto, los servicios post-venta, los trabajadores realizaban actividades como el mantenimiento, lavado, tuning entre otros. Este servicio permitió a la empresa alcanzar una amplia participación del mercado y abarcar una gran parte del territorio nacional.

A nivel regional CARRION AUTOMOTRIZ S.A. se desempeña en el sector de ventas de automóviles, motocicleta entre otros. En su avance para lograr el liderazgo actualmente la empresa gestiona la concesión de la marca Nissan, siendo el modelo principal de venta el reconocido Datsun. Es así como la empresa es autorizada para la distribución de los vehículos en Huánuco, Cerro de Pasco, Tingo María, Tocache, Uchiza, entre otras zonas Centro.

Con una expansión de mercado CARRION AUTOMOTRIZ S.A. ha logrado posicionarse como uno de los importantes concesionarios a nivel nacional de la marca NISSAN. Esto hace meritorio la puesta en marcha de la construcción de un nuevo local de ventas, exhibición y taller con alta tecnología en Huánuco. CARRIÓN AUTOMOTRIZ S.A. (CASA), está integrándose a nuevos cambios tecnológicos, pensando en el cliente, en su concesión y en la empresa. Pensando en los nuevos cambios y las exigencias de los consumidores la empresa tiene una visión de convertir a sus clientes en verdaderos apasionados de su marca, a su vez la misión es de brindar una extraordinaria experiencia de compra en vehículos y servicios que ofrece. (carrionautomotriz, 2015).

En el caso de CARRIÓN AUTOMOTRIZ S.A tiene como objetivo de posesionarse su marca y expandirse en el mercado através de las tecnologías y calidad de servicio pensando siempre primero en el cliente y viendo los métodos de como satisfacer esas necesidades.

A nivel local, optamos como modelo el negocio del tema de investigación “H Motors S.A.”, dedicada a la venta de motocicletas, repuesto y servicios de mantenimiento. Mediante la observación se logró identificar que la empresa posee ciertos síntomas y causas que afectan las ventas en el mercado de motocicletas de la ciudad de Huánuco, así como: Un mal

desempeño laboral y su asociación en las ventas por parte de los empleados, hecho que se inicia porque la empresa no está aplicando eficientemente las principales dimensiones que determinan un buen desempeño laboral. Consecuentemente no enfatizan en sus indicadores, las dimensiones que determinan el desempeño laboral como la falta de trabajo en equipo (premios en equipo, metas superiores, etc.), el estrés y la orientación del personal (asesoría, comunicación, etc.) y los incentivos hacia el equipo de trabajo, Participación de Ganancias e incentivos basados en habilidades. “H Motors S.A.” tiene una limitación hacia el cambio, debido a que sus empleados manejan las actividades de manera empírica y sin ninguna orientación, entendiendo que el personal es quien trata directamente con los clientes, además de presentar la interacción empresa-cliente en la pre-venta en el proceso de venta y en la post-venta es quien cierra el proceso de compra. Los colaboradores al encontrarse con preocupaciones o de mal humor, generan un clima laboral negativo dentro del desempeño laboral y como consecuencia un nivel de ventas bajas.

Para ello hemos planteado un pronóstico que describa los sucesos de forma anticipada y es el siguiente: Si no se genera cambios en el desempeño laboral de la Empresa “H Motors S.A.”, inevitablemente se

incrementará el problema del desempeño laboral y su asociación con en el nivel de ventas, porque se verá reflejado con mayor incidencia en un nivel de ventas bajas en la Empresa “H Motors S.A”.

El pronóstico planteado se podrá revertir o superar aplicando los siguientes dimensiones tales como el trabajo en equipo, control del estrés y la orientación del personal o comunicación que deben tener los empleados, manejo de los incentivos en equipo, realizando evaluaciones al desempeño continuamente se podrá incrementar las ventas en la empresa “H Motors S.A.” generando una mayor ganancia e incrementando una mayor participación en el mercado, de esta manera la empresa aumentara su patrimonio económico así como activos fijos, maquinarias, equipos entre otros.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema general

PG: ¿De qué manera el Desempeño Laboral se relaciona con el nivel de ventas en la Empresa “H Motors S.A.”?

1.2.2. Problemas específicos

PE₁: ¿Cómo el Trabajo en Equipo se relaciona con el nivel de ventas en la empresa H Motors S.A.?

PE₂: ¿De qué manera el Estrés y la Orientación del personal se relacionan con el nivel de ventas en la empresa H Motors S.A.?

PE₃: ¿Cómo los Incentivos se relacionan con el nivel de ventas en la empresa H Motors S.A.?

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

1.3.1. objetivo general

OG: Conocer la relación del Desempeño Laboral con el Nivel de ventas en la empresa H Motors S.A.

1.3.2. Objetivos específicos

OE₁: Analizar el Trabajo en Equipo y su relación con el Nivel de ventas en la empresa H Motors S.A.

OE₂: Describir el estrés y la orientación del personal y su relación con el Nivel de Ventas en la empresa H Motors S.A.

OE₃: Conocer de qué manera los incentivos se relacionan con el nivel de ventas en la empresa H Motors S.A.

1.4. HIPÓTESIS Y SISTEMA DE HIPOTESIS

1.4.1 Hipótesis general

Hi: Conociendo si el Desempeño Laboral se relaciona positivamente con el Nivel de ventas en la Empresa H Motors S.A., entonces se generara cambios en la actitud del equipo que labora en la empresa.

1.4.2 Hipótesis específicas

Hi₁: Analizando si el Trabajo en Equipo se relaciona positivamente con el Nivel de Ventas en la empresa H Motors S.A., se evitara los problemas de individualismo en el personal.

Hi₂: Conociendo si el Estrés y la Orientación del personal se relaciona positivamente con el Nivel de Ventas en la empresa H Motors S.A., entonces el personal brindara un trato adecuado y atención al cliente y aumentara la ganancia.

Hi₃: Conociendo si los Incentivos se relacionan positivamente con el Nivel de Ventas en la empresa H Motors S.A., entonces

se creará un plan de compensaciones para el personal de la empresa.

1.5. VARIABLES E INDICADORES

CUADRO N°01

VARIABLES

HIPÓTESIS	VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE
Hi:	Desempeño laboral	Nivel de Ventas
Hi1:	Trabajo en Equipo	Nivel de Ventas
Hi2:	Estrés y Orientación del Personal	Nivel de Ventas
Hi3:	Incentivos	Nivel de Ventas

CUADRO N°02
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE	DESEMPEÑO LABORAL		
DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>El desempeño laboral es la forma en que los empleados realizan su trabajo. Éste se evalúa durante las revisiones de su rendimiento mediante las cuales un empleador tiene en cuenta factores como la capacidad de liderazgo, la gestión del tiempo, las habilidades organizativas y la productividad para analizar a cada empleado.</p>	<p>Trabajo en equipo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ambiente de Apoyo • Habilidades y Claridad de roles • Metas Superiores • Premios de Equipo 	<p>Técnica N° 1 Encuesta Instrumento N°1 Cuestionario</p>
	<p>Estrés y Orientación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Flexibilidad en el personal. • Desgaste. • Sobre carga de trabajo u límite de tiempo. • El conflicto y la ambigüedad de los roles • Asesoría. • Aclarar los pensamientos. • Comunicación 	<p>Técnica N° 2 Entrevista Instrumento N° 2 Guía de entrevista</p>
	<p>Incentivos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivos Salariales. • Participación de Ganancias. • Salarios basados en Habilidades. 	<p>Técnica N° 3 Observación Instrumento N°3 Guía de observación</p>

CUADRO N°03
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE DEPENDIENTE	NIVEL DE VENTAS		
DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSION	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Niveles de ventas significa el nivel de medición de las ventas ya sea en una escala numérica o jerárquica ya que por ventas entendemos el servicio o transferencia de producto a cambio de un valor monetario.</p>	Nivel de Ventas	<ul style="list-style-type: none"> • VENTAS ALTAS 	<p style="text-align: center;">Técnica N° 4 Análisis Documental Instrumento N°4 Ficha de registro de datos</p> <p style="text-align: center;">Técnica N° 2 Entrevista Instrumento N°2 Guía de entrevista</p> <p style="text-align: center;">Técnica N° 3 Observación Instrumento N°3 Guía de observación</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • VENTAS BAJAS 	

1.6. JUSTIFICACIÓN

El trabajo de investigación se justificó porque contribuyó al desarrollo de la empresa “H Motors S.A.”. Lo cual le Permitió obtener un buen Desempeño Laboral y que consecuentemente obtener un mayor nivel de ventas. Se planteó los siguientes motivos para justificar que este estudio deba efectuarse.

- **PRÁCTICA**

Desde el punto de vista práctico, se justificó que sí, el estudio se muestra importante porque de él surgieron elementos que hicieron más operativa la dinámica de la empresa beneficiaria, que al solucionar su problema (bajo nivel del desempeño laboral), se logró mejorar el nivel de ventas, por lo cual la presente iniciativa se convirtió en una herramienta de gran valor para la empresa.

- **SOCIAL**

El presente estudio se mostró importante debido al aporte social en la medida que los beneficios obtenidos tras la instrumentación de la propuesta presentada trasciende de manera efectiva en el Desempeño Laboral, es decir, los clientes actuales y potenciales, quienes son en definitiva los grandes beneficiarios, ya que a partir de la puesta en práctica de la propuesta, ellos se sintieron

satisfechos con los servicios que proporcionan la empresa “H Motors S.A.”.

- **ORGANIZACIONAL**

Desde el punto de vista organizacional, se justificó que la aplicación de las dimensiones e indicadores favorecieron e incrementaron el Desempeño Laboral, tuvo una influencia en cuanto a los niveles de venta en la empresa “H Motors S.A.” beneficiando a la empresa en lo que corresponde al cumplimiento de sus objetivos a corto y largo plazo, generando un incremento en la rentabilidad, ocupando mayor participación del mercado y haciéndola una empresa competitiva en el sector de motocicletas.

1.7. IMPORTANCIA

El presente trabajo de investigación fue importante puesto que apporto fundamentalmente a mejorar el nivel de ventas en la empresa “H Motors S.A.” y de esta manera incrementar la rentabilidad. El liderazgo en el mercado, ya que hoy en día la competitividad de las empresas depende de la capacidad de sus trabajadores frente al cumplimiento de las obligaciones y generar un buen Desempeño Laboral, así mismo abarca temas importantes como la expansión a otros mercados.

1.8. VIABILIDAD

Los factores o aspectos que contribuyen al presente trabajo de investigación fueron:

1.8.1. Bibliografía: Se contaron con textos, libros, documentos, páginas web, proyectos de tesis que se materializaron en el trabajo de investigación.

1.8.2. Financiamiento: Los costos que se generaron mediante el transcurso de la investigación, los mismos que fueron autofinanciados con el aporte de los investigadores.

1.8.3. Tecnología: Se dispuso de una laptop, equipo de cómputo, software, hardware e internet para la facilitación del estudio de tesis.

1.8.4. Accesibilidad: Se contó con la autorización de la dueña y del Gerente General, y se procesó la documentación mediante escrito.

1.8.5. Asesor: Se realizó el trabajo de investigación con un asesor especializado en el tema.

1.9. LIMITACIONES

Las limitaciones que dificultaron la materialización del trabajo de investigación fueron las siguientes:

1.9.1. Tiempo: El presente trabajo de investigación fue realizado en un periodo de 18 meses, tiempo en el cual los tesistas realizaban

estudios en la casa superior de estudios UNHEVAL motivo por el cual no permitió dedicarnos al 100% al trabajo de investigación, debido a la sobre carga de trabajos de los otros cursos académicos a cargo. Actualmente los tesis laboran en diferentes instituciones hecho que limita al desarrollo del trabajo y respectivo trámite administrativo.

1.9.2. Metodología: Se tuvo dificultades en el manejo de la metodología de la investigación científica.

1.9.3. Poca experiencia en el desarrollo de investigación: El trabajo de investigación, fue el primero que desarrollamos y en el proceso ganamos confianza y seguridad que nos ayudaron en nuestra carrera profesional y otras investigaciones posteriores a esta.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES

Los antecedentes relacionados con el presente trabajo de investigación son los siguientes:

2.1.1.A Nivel local

Haro Sobero, Claudio Nolberto “La Rotación del Personal y su Influencia en el Desempeño Laboral del área Administrativa de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán periodo 2011”, Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración (UNHEVAL). El tesista arribó a las siguientes conclusiones:

- En la Universidad Nacional Hermilio Valdizán la rotación del personal administrativo se realiza teóricamente, lo cual crea insatisfacción laboral y bajo Desempeño Laboral, al punto de que muchos de estos opinan que no son necesarios.(ET)
- En el presente trabajo, los resultados mostraron en su mayoría que las rotaciones parecen no tener ningún impacto en el Desempeño Laboral y un porcentaje

considerable mejora su Desempeño Laboral, sin embargo, hay un corto porcentaje que presenta un mal desempeño luego de realizar las rotaciones. (ET)

La variable dependiente que es el desempeño laboral se relaciona con el trabajo de investigación realizado mostrando que es necesario realizar cambios internos del personal en su mayoría para poder lograr un buen desempeño laboral.

Falera Vásquez, Ibet Daysi, “La Motivación y el Desempeño Laboral en los Empleados de la Pollería San Felipe de la ciudad de Huánuco periodo 2013”, Tesis para optar el título profesional de Licenciados en Administración (UNHEVAL). El tesista estableció las siguientes conclusiones:

- Está comprobado teórica y estadísticamente que la motivación del personal de la pollería “San Felipe”, es buena y por ende incide en el Desempeño Laboral, razón por la cual sienten interés por mejorar su trabajo en un 81,9% que se corroboran con un cuadro estadístico. (ET)
- Que el Gerente al no comprender inicialmente la importancia de la motivación hacia los empleados,

porque existe un 9,1% de los trabajadores que se sienten motivados por el gerente, y no generaba un ambiente de estímulo para motivar a los empleados, que se corroboran con un cuadro estadístico. (ET)

El desempeño laboral es la variable que se relaciona con el trabajo de investigación debido de que la motivación es un factor importante para el buen desempeño laboral y obtener buenos resultados en la rentabilidad.

2.1.2.A Nivel Nacional

Natividad Arroyo, José Arnin “Relación entre el Aprendizaje Organizacional y el Desempeño Laboral de los Docentes de la facultad de Agropecuaria y Nutrición de la UNE Enrique Guzmán y Valle periodo 2010”, Tesis para optar título profesional de Doctor en Gestión Educativa (UNE – La Cantuta - Lima). El tesista dispuso la siguiente conclusión:

- El análisis comparativo de las escalas del Desempeño Laboral por Departamento Académico, realizado a través del análisis de Varianza de un factor, permite observar

que no existen diferencias estadísticas significativas en ninguno de los casos.(ET)

- El análisis comparativo del Desempeño Laboral Docente por Sexo indica que no existen diferencias estadísticas significativas en caso alguno, por lo que los docentes y las docentes presentan las mismas características respecto de su Desempeño Laboral. (ET)

Mostrando que el desempeño laboral se relaciona con el trabajo de investigación dando a conocer que no importa el sexo femenino a masculino para realizar un buen desempeño laboral.

Montes Gallo, Luis Guillermo “Eficacia de cuatro sistemas de Capacitación sobre el Desempeño Laboral de empleados de una Empresa de servicios telefónicos periodo 2012”, Trabajo de investigación para optar el título profesional de Magister en Administración con mención en Gestión Empresarial (UNMSM - Lima). El tesista arribó a las siguientes conclusiones:

- El sistema de capacitación presencial demostró ser el más eficaz en todos los aspectos evaluados, aun cuando es el más costoso, por otro lado, el sistema de audio

conferencia que es el menos costoso demostró ser ineficaz. (ET)

- Se comprobó que existían diferencias significativas entre los cuatro sistemas de capacitación en el aspecto de productividad, siendo el más eficaz el método presencial con 5.64 y el menos el audio conferencia con 3.70; y que existía correlación positiva y significativa entre los sistemas de capacitación y el aspecto de productividad. (ET)

Se considera el desempeño laboral con relación al trabajo de investigación porque se muestra el sistema de capacitación presencial o audio conferencia que es un factor que motiva al buen desempeño laboral.

2.1.3.A nivel internacional

Arratia Beniscelli, Amanda “Desempeño Laboral y Condiciones de Trabajo Docente en Chile: influencias y percepciones desde los evaluados - periodo 2010” (Chile)”, Tesis para optar al grado de Magíster en Ciencias Sociales Mención Sociología de la

Modernización (Universidad de Chile). El tesista estableció las siguientes conclusiones:

- En primer lugar, es claro que, a la luz de la investigación, es posible indicar que la profesión docente es una profesión compleja que está profundamente determinada por fuerzas políticas y sociales. Esto implica que la profesión docente necesariamente depende de características en las que esta se imparte, por lo tanto un docente, aunque pueda parecer obvio, una de las primeras conclusiones de esta investigación es que la profesión docente está inmersa en un sistema escolar (escuela) y a su vez este sistema es un reflejo de la sociedad actual. Desde el punto de los docentes, esto implica que estos son actores que pueden ser considerados sujetos de una comunidad Educativa, encontrándose están insertos en un contexto, que le permite desenvolverse dentro de un marco determinado (pero no determinista) por ciertas condiciones materiales y sociales (que producen la satisfacción laboral) de trabajo, las que influirán en el

Desempeño de los docentes y, por tanto, sus resultados en las evaluaciones de Desempeño. (ET)

- Es interesante que, muchos de los resultados, apuntan a centrar el desarrollo y el entendimiento de la profesión docente desde un enfoque vocacional, que debe sobreponerse a todas las condiciones del contexto escolar y laboral, debido a la importancia de los estudiantes por sobre el profesor. En este sentido, es fundamental comprender que el sentido de vocación permite a los docentes sobreponerse a su realidad y actuar con un fin transformador en el mundo, les impide superar sus estadios profesionales, toda vez que hacen centrar su mirada en los resultados valóricos más que en los resultados académicos, lo que evidentemente impide el desarrollo de desempeños docentes más altos. (ET)

Se toma como referencia el desempeño laboral en este caso como la sociedad, el entorno y la vocación forma a los docentes para realizar un buen desempeño laboral y nos ayuda para tomar en cuanto y visualizar otros factores externos que influye.

Latorre Navarro, M. Felisa “La Gestión de los Recursos Humanos y el Desempeño Laboral”, tesis doctoral en la Facultad de Psicología (Universidad de Valencia). La tesista obtuvo las siguientes conclusiones:

- Las prácticas de RRHH orientadas al compromiso se relacionan positivamente con el apoyo organizacional y la autonomía favoreciendo la percepción de los empleados de que la organización cuida de su bienestar y que les proporciona margen de maniobra para llevar a cabo su trabajo, lo que redundará en mayor satisfacción y desempeño. El apoyo organizacional muestra su potencial para aumentar la satisfacción por su carácter discrecional y de reconocimiento. (ET)
- Tanto el contrato psicológico (cumplimiento de las promesas realizadas por la organización), como la reciprocidad del contrato psicológico y normativo se ven favorecidos por las prácticas de RRHH orientadas al compromiso en el desempeño. Sin embargo, la reciprocidad del contrato normativo no favorece el desempeño organizacional, por ello, es necesario el

desarrollo de contratos idiosincráticos a todos los niveles de la organización para satisfacer las necesidades individuales de los empleados, evitar la inequidad y mejorar así su rendimiento. El cumplimiento contrato psicológico y su reciprocidad, sí que muestra una mayor satisfacción y desempeño, ello avala la necesidad de desarrollar contratos idiosincráticos. (ET)

Se considera la variable de desempeño laboral para el trabajo de investigación y también cuando RR. HH se compromete con la organización y a la vez este les proporciona la facilidad y los medios para realizar un buen desempeño laboral.

Iturralde Torres, Julia Irene “La Evaluación del Desempeño Laboral y su incidencia en los resultados del rendimiento de los trabajadores de la cooperativa de ahorro y crédito oscus Ltda de la ciudad de Ambato en el año 2010”, trabajo de graduación previo a la obtención del título de ingeniera en contabilidad y auditoría (Universidad Técnica de Ambato - Ecuador). La tesista obtuvo las siguientes conclusiones:

- El trabajo de campo nos ubica en un tiempo y en un espacio real, sale a flote muchas circunstancias en los distintos ámbitos, niveles, secciones que involucran al gran recurso de la cooperativa como es el Recurso Humano, hoy acertadamente llamado Capital Intelectual. (ET)
- No se identifican métodos, técnicas apropiadas de evaluación del desempeño que potencialicen y fortalezcan el sistema de recursos humanos a fin de que el personal se motive y se comprometa con la filosofía de la cooperativa, se continuará cometiendo errores que pueden causar graves perjuicios a la institución. (ET)

Se está considerando el desempeño laboral y el factor de capital humano que es la base fundamental de toda organización en este mundo competitivo y cambiante para realizar un buen desempeño laboral y obtener buena rentabilidad.

2.2. Bases teóricas:

Dentro de las bases teóricas fueron enmarcadas las dimensiones, al respecto (Cummings & SHOWAB P., 1985, págs. 33-34) señala las definiciones de cada uno y que se detallan a continuación:

2.2.1 Trabajo en Equipo: Es un pequeño grupo colaborativo que tiene contacto regular y participa en una acción coordinada. Cuando los miembros de un equipo de tareas conocen sus objetivos, participan de manera responsable y entusiasta en ellas y se apoyan entre sí, realizan un trabajo en equipo.

2.2.2 Estrés y Orientación: En término general que se aplica a las presiones que las personas sienten en la vida. Sin embargo las diferencias individuales son responsables de la amplia gama de reacciones ante el estrés, cuando la presión empieza aumentar, ocasiona una tensión negativa en las emociones, los procesos de pensamiento, las conductas y la condición física de la persona. Y la orientación es un intercambio de ideas y sentimientos entre dos personas un orientador y un orientado por lo que es una acción de

comunicación. Para ayudar al empleado a que se preocupe menos en sus problemas personales y mejorar el rendimiento.

2.2.3 Incentivos: Son formas, técnicas y métodos de motivar y alentar a los trabajadores como son el salario base y el salario basado en habilidades motivan a los empleados a avanzar a puestos que requieren mayores destrezas y responsabilidad. El pago por desempeño es un incentivo para mejorar el desempeño en el puesto. La participación de utilidades motiva a los empleados a trabajar en equipo para mejorar los resultados de una organización.

El Desempeño Laboral es la forma en que los empleados realizan su trabajo. Éste se evalúa durante las revisiones de rendimiento, a través de la evaluación el empleador tiene en cuenta factores como la capacidad de liderazgo, la gestión del tiempo, las habilidades organizativas y la productividad. Las revisiones del rendimiento laboral por lo general se llevan a cabo anualmente y pueden determinar que se eleve la elegibilidad de un empleado, decidir si es apto para ser promovido o incluso si debiera ser despedido.

(PALACI, 2005, pág. 155) “El Desempeño Laboral es el valor que se espera aportar a la organización de los diferentes episodios conductuales

que un individuo lleva acabo en un período de tiempo”. Estas conductas, de un mismo o varios individuo(s) en diferentes momentos temporales a la vez, contribuirán a la eficiencia organizacional.

El término Desempeño Laboral se refiere a lo que en realidad hace el trabajador y no solo lo que sabe hacer, por lo tanto le son esenciales aspectos tales como: las aptitudes (la eficiencia, calidad y productividad con que desarrolla las actividades laborales asignadas en un período determinado), el comportamiento de la disciplina, (eficiencia de la jornada laboral, el cumplimiento de las normas de seguridad y salud en el trabajo, rol específicos de los puestos de trabajo) y las cualidades personales que se requieren en el desempeño de determinadas ocupaciones o cargos y, por ende, la idoneidad demostrada.

(ROBBINS, 2004) “El desempeño laboral complementa al determinar, como uno de los principios fundamentales de la psicología del desempeño, es la fijación de metas, la cual activa el comportamiento y mejora el desempeño, porque ayuda a la persona a enfocar sus esfuerzos sobre metas difíciles, que cuando las metas son fáciles.

El Desempeño Laboral se encuentra en estrecha vinculación con el éxito de la Empresa y esto es justamente porque su trabajo, sumado al del resto de

los trabajadores, incide en el correcto funcionamiento de la misma, por tanto, es una práctica habitual que el área, sector o profesional que corresponda realice un pormenorizado seguimiento del desempeño de los trabajadores, para de este modo conocer si están rindiendo como debería ser o si por el contrario no lo están haciendo y es necesario impulsar su rendimiento a través de determinadas variables.

(CHIAVENATO, 2006, pág. 359) Plantea: “El Desempeño es el comportamiento del evaluado en la búsqueda de los objetivos fijados. Constituye la estrategia individual para lograr los objetivos deseados.”

(CHIAVENATO, 2006, pág. 287) Plantea: “La satisfacción Laboral se refiere a la actitud general de una persona hacia su empleo. Una persona con un alto nivel de satisfacción laboral tiene una actitud positiva hacia su empleo. Una persona insatisfecha tiene una actitud negativa, cuando hablamos de las actitudes de las personas nos referimos a la satisfacción laboral”.

A continuación se muestran los componentes que ayudan al mejoramiento del desempeño laboral. (Crece Negocios, 2014)

✓ **Hacerles saber qué se espera de ellos:** Mientras mejor entiendan nuestros trabajadores qué es lo que se espera de ellos, mejor se desempeñarán en sus labores. Debemos hacerles tener bien en claro cuáles son sus funciones o tareas específicas, cuáles son los procedimientos que deben seguir, cuáles son las políticas que deben respetar, qué es aquello que pueden hacer, y aquello que no pueden hacer, cuáles son los objetivos que deben cumplir, cuáles son las cualidades que deben tener (honestidad, diligencia, puntualidad, capacidad para trabajar en equipo, etc.), etc. Para hacerles saber qué es lo que se espera de ellos, podemos entregarles documentos, tales como reglamentos, manuales o procedimientos, con información sobre lo que deben y no deben hacer. Mientras más claros y específicos seamos al redactar estos documentos, mejores resultados tendremos. Hacerles saber lo que se espera de ellos, también implica hacerles saber cuáles serían las consecuencias de un mal desempeño, ya sea un descuido en sus labores, una falta a las normas de la empresa, una violación de los valores, etc.

- ✓ **Hacerles saber qué pueden esperar de nosotros:** A nuestros trabajadores debemos dejarles bien en claro qué es lo que esperamos de ellos, pero también debemos dejarles bien en claro qué es lo que ellos pueden esperar de nosotros a cambio. Nuestro personal debe saber muy bien cómo es que se puede comunicar con nosotros, cómo nos puede hacer llegar sus consultas o sugerencias. Nuestros trabajadores deben tener bien en claro cuánto y cuándo se le paga, cómo es que pueden hacerse acreedores de bonos, cómo pueden obtener aumentos o ascensos, etc.

- ✓ **Trataros con equidad:** A nuestros trabajadores debemos tratarlos con equidad y justicia, ya sea al momento de determinar su remuneración (la cual debe ser equitativa con los sueldos de sus compañeros, y con los de los trabajadores de la competencia), al momento de reconocer o recompensar sus desempeños o resultados obtenidos, al momento de incentivarlos o motivarlos, al momento de castigarlos, al momento de establecer políticas o reglamentos, o, simplemente, al momento de relacionarnos con ellos. Tratar a nuestro personal con equidad evita que éste se

pueda sentir injustamente tratado, y que se genere el descontento y, por tanto, una disminución en la productividad y la eficiencia.

- ✓ **Dar el ejemplo:** Para lograr un buen desempeño en nuestro personal, nosotros debemos dar el ejemplo. Nuestro personal nunca se desempeñará como queremos, si no ven ello reflejado en nuestra conducta de todos los días. Las normas, reglas o políticas sobre lo que se puede o no hacer, se deben aplicar para todos por igual, incluyendo a nosotros. Si le prohibimos hacer algo a nuestros trabajadores, y de pronto nos ven haciendo lo contrario, no sólo dejarán de hacernos caso, sino que poco a poco nos irán perdiendo el respeto como autoridad y como líderes. Debemos dar buenos ejemplos, de modo que los trabajadores nos sigan, y evitar dar malos ejemplos, de modo que evitemos que los imiten.

- ✓ **Retroalimentación:** Hacer una retroalimentación consiste en evaluar el desempeño del personal, señalar sus faltas, errores o bajo rendimiento, y proponer mejoras y soluciones. Para ello podemos establecer reuniones periódicas con cada trabajador, en donde evaluemos junto con él, su Desempeño Laboral, comparando

su real desempeño con el esperado y, en caso de no haber cumplido las expectativas, hacerle notar sus faltas o bajo rendimiento, y señalarle en qué aspectos debe mejorar. Esta evaluación del desempeño, nos permite lograr que el trabajador sea consciente de que le hacemos un seguimiento constantemente, nos permite hacerle notar sus faltas o errores, y nos permite motivarlo para que los superen.

- ✓ **Motivarlos:** Por último, la forma más común de mejorar el desempeño del personal, es motivándolo constantemente. Para ello podemos utilizar diferentes técnicas de motivación, tales como delegarles a nuestros trabajadores una mayor autoridad, darles mayores responsabilidades, otorgarles nuevas funciones, elogiar o recompensar sus logros obtenidos, brindarles buenas condiciones de trabajo, ofrecerles un buen clima laboral, y asignarles una buena remuneración, que vaya de acuerdo a la real capacidad y recursos del trabajador.

La importancia que tiene la evaluación del desempeño tiene como objetivo medir, analizar y desarrollar las habilidades, conocimientos y comportamientos estratégicamente requeridos por la organización. Es

la piedra angular de los sistemas de gestión de las personas que brinda tanto un beneficio para la organización como para los colaboradores.

Al realizar estas evaluaciones, los colaboradores se mantienen motivados y están mucho más preocupados de cumplir con fechas estipuladas y realizar tareas programadas. Además, permite a las compañías identificar las debilidades de los equipos de trabajo y así realizar planes de capacitación adecuados, que apunten a temas específicos, así como ventas, producción, marketing, finanzas entre otros.

Evaluar el Desempeño es también útil para que las organizaciones detecten a aquellos colaboradores que se destacan por su eficiencia y puedan realizar sucesiones exitosas con las capacidades profesionales comprobadas. Esto permite que la empresa no dedique ni tiempo ni recursos en reclutar a un nuevo integrante, ya que al realizar sucesiones internas, el trabajador ya está ambientado y conoce perfectamente las metodologías utilizadas por la organización.

Beneficios para la organización: Herramienta de identificación, desarrollo y retención del talento para la empresa representada por sus líderes gestores de personas.

Beneficios para el empleado: Recurso de comunicación y entendimiento para el empleado de los aspectos que son valorados por la organización, las expectativas sobre su aporte de valor y la brecha que pudiera existir entre sus competencias actuales y las deseadas.

Finalmente la evaluación del desempeño es un proceso organizacional que facilita e impulsa el logro de los objetivos y metas de la empresa a través de sus colaboradores.

Ventas

El término ventas tiene múltiples definiciones, muchos autores, especialistas, entre otros trataron de plasmar el mejor sentido de la definición del término ventas, para este estudio se optó por el más propicio y acorde al tema de investigación. Una definición general es cambio de productos y servicios por dinero. Desde el punto de vista legal, se trata de la transferencia del derecho de posesión de un bien, a cambio de dinero. Desde el punto de vista contable y financiero, la venta es el monto total cobrado por productos o servicios prestados.

(Marketingpower, 2015) Define la venta como "El proceso personal o impersonal por el que el vendedor comprueba, activa y satisface las

necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio de ambos (del vendedor y el comprador)”.

En cualquier caso, las ventas son el corazón de cualquier negocio, es la actividad fundamental de cualquier aventura comercial. Se trata de reunir a compradores y vendedores, y el trabajo de toda la organización es hacer lo necesario para que esta reunión sea exitosa.

(CISNEROS, 2011, pág. 340) Define a la venta como: "Un contrato en el que el vendedor se obliga a transmitir una cosa o un derecho al comprador, a cambio de una determinada cantidad de dinero". También incluye en su definición, que "la venta puede considerarse como un proceso personal o impersonal mediante el cual, el vendedor pretende influir en el comprador".

Para algunos, la venta es una especie de arte basada en la persuasión. Para otros es más una ciencia, basada en un enfoque metodológico, en el cual se siguen una serie de pasos hasta lograr que el cliente potencial se convenza de que el producto o servicio que se le ofrece le llevará a lograr sus objetivos en una forma económica.

(REID, 2004, pág. 79) Afirma que “La venta promueve un intercambio de productos y servicios.

La venta es una de las actividades más pretendidas por empresas, organizaciones o personas que ofrecen algo (productos, servicios u otros) en su mercado meta, debido a que su éxito depende directamente de la cantidad de veces que realicen ésta actividad, de lo bien que lo hagan y de cuán rentable les resulte hacerlo.”

(MORENO, 2003, pág. 43) Define a la venta como "La cesión de una mercancía mediante un precio convenido. La venta puede ser: 1) al contado, cuando se paga la mercancía en el momento de tomarla, 2) a crédito, cuando el precio se paga con posterioridad a la adquisición y a plazos, cuando el pago se fracciona en varias entregas sucesivas".

(FISHER & ESPEJO, 2010, págs. 26-27) Consideran que “La venta es una función que forma parte del proceso sistemático de la mercadotecnia y la definen como "toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio". Ambos autores señalan además, que es "en este punto (la venta), donde se hace efectivo el esfuerzo de las actividades anteriores (investigación de mercado, decisiones sobre el producto y decisiones de precio)".

(rae.es, 2015) La Real Academia Española lo define como: "La acción y efecto de vender. Cantidad de cosas que se venden. Contrato

en virtud del cual se transfiere a dominio ajeno una cosa propia por el precio pactado".

En síntesis, la definición de venta enfoca la misma desde dos perspectivas diferentes:

- a) Una perspectiva general, en el que la "venta" es la transferencia de algo (un producto, servicio, idea u otro) a un comprador mediante el pago de un precio convenido.
- b) Una perspectiva de mercadotecnia, en el que la "venta" es toda actividad que incluye un proceso personal o impersonal mediante el cual, el vendedor 1) identifica las necesidades y/o deseos del comprador, 2) genera el impulso hacia el intercambio y 3) satisface las necesidades y/o deseos del comprador (con un producto, servicio u otro) para lograr el beneficio de ambas partes.

A continuación se tiene los principales tipos de ventas y su respectivo análisis, de acuerdo al tema de investigación se optó por usar esta clasificación. (degerencia.com, 2015).

Tipos de ventas

- **Ventas directas:** involucran contacto directo entre comprador y vendedor (ventas al detalle, ventas puerta a puerta, venta social).
- **Ventas industriales:** ventas de una empresa a otra, como la participación de outsourcing.
- **Ventas indirectas:** ocurre un contacto, pero no en persona (intermediario).
- **Ventas electrónicas:** vía Internet (B2B y B2C).

Análisis de ventas

Consiste en un estudio de los resultados monetarios en volumen de las ventas por producto, territorio de ventas, por vendedores, y a veces por clientes; el análisis de ventas nos suministra respuesta en cuanto a lo que sea vendido y que productos particularmente, dándonos información de quien fue el comprador, y se toma como base de comparación los registros de la compañía en cada uno de los rubros y las cifras pronosticadas que fueron incluidas en la planeación de las ventas.

Las ventas por producto también pueden mostrarse comparativamente con las ventas de igual periodo del año anterior.

Se puede agrupar diferentes productos en categorías, según conveniencia. De un análisis de esta naturaleza puede apreciarse la importancia relativa de los clientes y se puede tomar decisiones importantes de mercadeo y ventas, frecuencia de visitas de los vendedores, la promoción de ventas, dedicación de mayores esfuerzos.

Características del análisis de ventas

- **Detallada:** El análisis de ventas cubre todas las principales actividades de ventas de una empresa y no sólo aspectos problemáticos. El análisis de ventas detallada suele ser más eficaz para localizar el verdadero origen de los problemas de ventas de la compañía.
- **Sistemática:** El análisis de ventas involucra una secuencia ordenada de etapas de diagnóstico que cubren el entorno macro y micro de la organización, los objetivos y estrategias de ventas, sistemas y actividades de ventas específicos. El diagnóstico indica las mejoras necesarias. Estas se incorporan a un plan de acción correctivo que involucra etapas a corto y largo plazo para mejorar en general la eficiencia de las ventas de la organización.

- **Periodicidad:** Por lo regular, el análisis de ventas se inicia solo después que las ventas bajan, cae la moral del personal de venta, o después que han surgido problemas en la empresa. Por irónico que parezca las compañías entran en crisis en parte porque no revisan sus operaciones de ventas durante las épocas de ventas altas.

Herramienta para el análisis: La herramienta para el análisis de ventas de este trabajo de investigación se muestra a continuación.

Estado de ganancias y pérdidas o estado de resultados

Es uno de los estados financieros básico, el cual muestra la utilidad o pérdida obtenida en un período determinado por actividades ordinarias y extraordinarias. Se habla de un período determinado, por cuanto una utilidad o pérdida se obtiene por actividades de diversa naturaleza y realizadas a lo largo del tiempo. Desde el punto de vista financiero, reviste una importancia fundamental el determinar la correspondencia de ingresos, costos y gastos en diferentes períodos.

El Estado de Resultados está compuesto por las cuentas nominales, transitorias o de resultados, o sea las cuentas de ingresos, gastos y costos, cuyos saldos deben ser cerradas al finalizar el ejercicio contable.

Los valores deben corresponder exactamente a los valores que aparecen en el libro mayor y sus auxiliares, o a los valores que aparecen en la sección de ganancias y pérdidas de la hoja de trabajo. Estado de Ganancias y Pérdidas Más allá de los registros contables que puedan derivarse de la aplicación de una norma contable, en el estado de resultados se pueden plantear diversos criterios que implican al menos lo siguiente:

- Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (PCGA).
- Componentes de Estado de Resultados.
- Expectativas de la Gerencia.
- Relación con el Balance General.

Forma y contenido del estado de resultados

A diferencia del Balance General, el Estado de Resultados normalmente tiene un sólo tipo de presentación que es la de un estado financiero en forma vertical. Las variantes obedecen más al tipo de detalle que pueden contemplarse en los diferentes renglones del estado financiero. En la estructura de un Estado de Resultados se puede diferenciar los siguientes rubros:

- Ventas Netas.

- Costo de Ventas.
 - Gastos de Operaciones: De ventas, Administración y generales.
 - Otros Ingresos (Egresos)
 - Impuesto Sobre la Renta
- (monografias.com, 2015)

2.3. Definiciones conceptuales:

a) Ambiente de apoyo: La creación de este ambiente implica motivar a los miembros a pensar como equipo y mostrar fe en la capacidad de los miembros de obtener logros.

b) Premios de equipo: Estos pueden ser financieros u otorgarse en forma de reconocimientos.

Según: (Cummings & SHOWAB P., 1985, pág. 67), sostienen que “La gente puede experimentar una variedad de compensaciones en el trabajo de acuerdo a la organización. Esto incluye los resultados formales como los ascensos y las asignaciones de trabajo, incluye también los resultados informales, como el uso selectivo del reconocimiento y el elogio por parte de los supervisores”.

- c) Metas superiores:** La responsabilidad de los administradores es tratar de mantener a los miembros del equipo orientados hacia su tarea general.
- d) Flexibilidad:** Capacidad para manejar tensiones cortas o superar las dificultades y adaptarse al cambio.
- e) La sobrecarga de trabajo y los límites de tiempo:** Presión a los empleados y generan estrés.
- f) Conflicto:** Se genera cuando los empleados no cumplen con las expectativas deseadas en el puesto de trabajo.
- g) Asesoría:** Es cuando un orientador evalúa los problemas de quien es asesorado y plantea un curso de acción.
- h) Comunicación:** La comunicación ascendente ayuda a los empleados poder expresarse sus problemas o incomodidad así los altos directivos y administradores y la descendente es de forma contraria.

Según: (Cummings & SHOWAB P., 1985, pág. 68) “La comunicación aclara a los subordinados que es lo que se va hacer. La comunicación puede servir como un mecanismo para aumentar las aspiraciones, motivación y alcanzar metas. La comunicación es la principal de acuerdo con nuestro modelo”.

- i) Incentivos salariales:** Son una forma de salario por méritos, entregan más salario por más producción.
- j) Participación de ganancias:** Es un periodo histórico básico de desempeño organizacional mide las mejoras y comparte las ganancias con los empleados de acuerdo con alguna fórmula.
- k) Salario Basados en habilidades:** Premia a los individuos porque saben cómo hacer el trabajo, por la gama, profundidad y tipo de habilidades en que demuestran capacidad.
- l) Empleados:** Persona que desempeña un destino o empleo.
- m) Equipos:** Colección de utensilios, instrumentos y aparatos especiales para un fin determinado.
- n) Habilidad:** Capacidad y disposición para algo.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Nivel de la investigación: El presente trabajo de investigación fue inmerso en el nivel descriptivo/correlacional porque nos permitió describir la relación que existe entre el Desempeño Laboral y el Nivel de Ventas de la empresa “H Motors S.A.”.

3.2. Tipos de investigación: Las características del presente trabajo de investigación estuvo inmerso en los siguientes tipos:

3.2.1. Por su alcance temporal: El presente trabajo de investigación es sincrónico, porque su periodo de ejecución fue de corto plazo.

3.2.2. Por su profundidad: El presente trabajo de investigación es descriptivo/correlacional, porque se describió las características, hechos, sucesos internos del Desempeño Laboral y su relación con el Nivel de Ventas.

3.2.3. Por su carácter: El presente trabajo de investigación es cuantitativa, es decir, recogimos, interpretamos y procesamos datos, utilizando las herramientas como la Estadística Descriptiva e Inferencial.

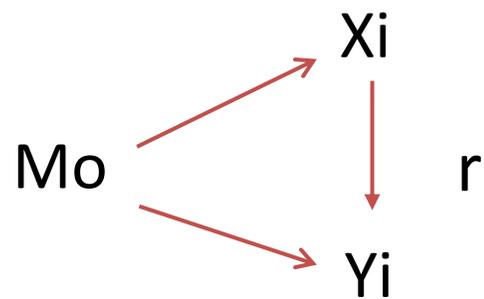
3.2.4. Por su marco: El presente trabajo de investigación es de campo, porque los investigadores visitaron la empresa “H Motors S.A.”, para su estudio y recolección de datos.

3.2.5. Por su fuente: El presente trabajo de investigación es mixto, porque se utilizó fuentes primarias (obtenidas por los investigadores) y fuentes secundarias (obtenidas por terceras personas que fueron realizados para otros fines).

3.2.6. Por su objeto: El presente trabajo de investigación es disciplinar, porque se utilizaron dos enfoques de las Ciencias Administrativas que son el Desempeño Laboral y el Nivel de Ventas.

3.2.7. Por su estudio al que dan lugar: El presente trabajo de investigación se desarrolló utilizando la encuesta, porque se utilizó como instrumento el cuestionario para la recopilación de datos.

3.3. DISEÑO Y ESQUEMA DE LA INVESTIGACIÓN.- El presente trabajo de investigación tuvo un diseño descriptivo/correlacional, con su variable transaccional, ya que el proyecto fue de alcance temporal sincrónico.

**Donde:**

M_o : Observación de la Muestra.

X_o : Variable Independiente (Desempeño laboral).

Y_o : Variable Dependiente (Nivel de ventas).

r : Relación

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. Población: La población del trabajo de investigación se conformó por 8 personas que laboran en la empresa. También se realizó el trabajo con 1 gerente haciendo un total de 9 personas.

CUADRO N° 04
 TRABAJADORES DE LA EMPRESA “H MOTORS S.A.”
 DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO - 2015

N°	NOMBRE DE LA UNIDAD	N° DEL CARGO	DENOMINACIÓN DEL CARGO	DENOMINACION DEL CARGO CALIFICADO	NOMBRES Y APELLIDOS
01	Gerencia general	1	Gerente General	Ing. industrial	Ali Martínez Chang
02	Departamento de Administración	1	Contadora	Cpc. Contabilidad	Juliana del Pilar illatopa Valle
03	Departamento de ventas	1	Jefa de ventas	Tca. en industrias alimentarias	Karin Gómez Barrueta
		1	Asesor de ventas	Estudiante Ing. Civil	Francis Venancio Flores
05	Departamento de servicios	2	Asesor de servicios	Estudiante de Derecho	Livi Grijalva Montalvo
			Atención de servicios	Tecnico Senati	Ivan Santiago Berrospi
		2	Asesor de Repuestos	Lic. Administración	Carlos Lizano Quispe
			Atención de repuestos	Tecnico Senati	Christian Campos Quinto
06	Departamento de finanzas	1	Jefe de Finanzas	Cpc. Contabilidad	Mito Poma Azurín

Fuente : Empresa “H Motors S.A.” – Huánuco.
 Elaboración: Los tesisistas.

3.4.2. Muestra: La muestra del siguiente trabajo de investigación se caracterizó por ser Muestra Poblacional, en razón de que se escogió como unidad de análisis a la empresa de “H Motors S.A.” – Huánuco, teniendo como población 8 trabajadores en la empresa y 1 Gerente

General haciendo un total de 9 personas. Constituyéndose la muestra poblacional.

3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS: Las técnicas o instrumentos que se utilizaron durante el trabajo de campo, con la finalidad de recoger datos relacionados con el presente trabajo de investigación se detallan a continuación:

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	APLICACIÓN(*)/USO(**)
Encuesta	Cuestionario	• Trabajadores (8)
Entrevista	Guía De Entrevista	• Gerente General (1)
Observación	Guía De Observación	• “Investigadores”
Análisis Documental	Ficha De Registro De Datos(**)	• “Investigadores”

3.6. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y PRESENTACION DE DATOS.- Los datos recolectados del trabajo de campo fueron presentados en:

3.6.1. Técnica de procesamiento de datos

Los datos recolectados durante el trabajo de campo fueron procesados empleando cuadros estadísticos, especialmente utilizando las frecuencias absolutas simples (f_i) y los porcentajes respectivos (%).

3.6.2. Técnica de presentación de datos

Los datos procesados fueron presentados en cuadros estadísticos, gráficos de barras o gráficos circulares.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. TRABAJO DE CAMPO

Los datos del trabajo de campo obtenidos por medio de los instrumentos (cuestionario, guía de entrevista, guía de observación y el análisis documental) aplicados a los trabajadores y al Gerente General de la empresa H Motors S.A.

4.1.1. Encuesta a los trabajadores de la empresa H Motors S.A.

Presentación de los resultados del trabajo de campo con aplicación estadística, mediante cuadros y gráficos los mismos que se muestran a continuación

CUADRO N° 05

Respuestas a la primera pregunta del cuestionario aplicado a los trabajadores sobre el ambiente de apoyo y el nivel de ventas representados porcentual y frecuencialmente en la empresa H Motors S.A. Huánuco - 2015.

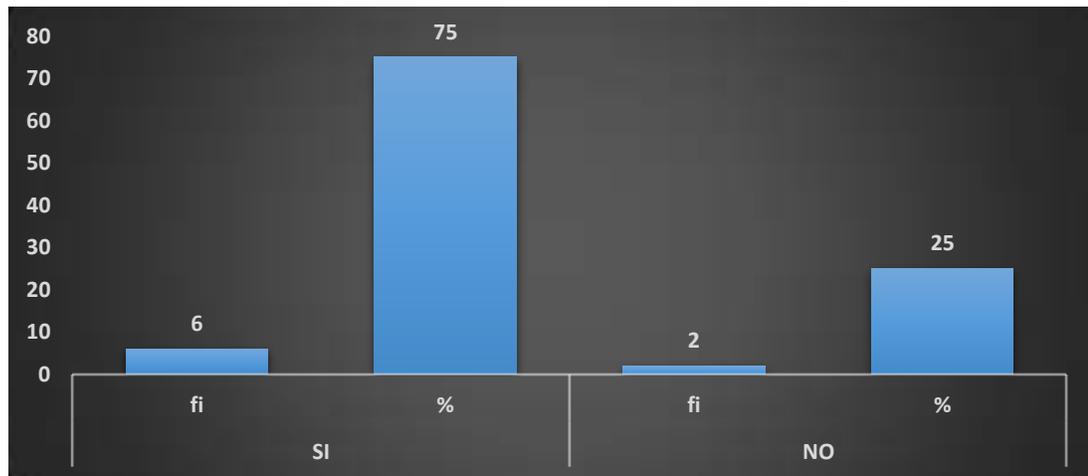
PREGUNTA N° 01			
¿En la empresa “H Motors” el ambiente de apoyo (trabajo en equipo), se relaciona positivamente con el nivel de ventas?			
RESPUESTAS			
SI		NO	
fi	%	Fi	%
6	75	2	25

Fuente: Cuestionario.

Elaboración: Los tesisistas.

GRÁFICO N° 01

Respuestas a la primera pregunta del cuestionario aplicado a los trabajadores sobre el ambiente de apoyo y el nivel de ventas representados porcentual y frecuentemente en la empresa H Motors S.A. Huánuco - 2015.



Fuente : Cuestionario.

Elaboración: Los tesisistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

6 trabajadores de la empresa H Motors que representan el 75% del total de cuestionarios aplicados a los trabajadores, quienes manifestaron que el ambiente de apoyo se relaciona positivamente con el nivel de ventas, contradictoriamente 2 trabajadores de la empresa que representa el 25% del total de trabajadores manifestaron que no hay relación entre ambas.

En la entrevista realizada al Gerente General de la empresa H Motors, Sr. Alí Martínez Chang, Ingeniero Industrial sobre el ambiente de apoyo,

menciono que realiza una gestión de apoyo y el mismo hecho de tener una evaluación constante desde el uso de uniforme hasta las tarjetas de distribución esto permite medir el trabajo de equipo en el servicio técnico y ventas. Esta evaluación se realiza a nivel interno por el Gerente General y de manera externa por el coordinador de la zona central de Honda del Perú, la buena calificación origina un bono para los trabajadores y de alto reconocimiento de la empresa con relación a su categoría. Además, el cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa H Motors S.A. sobre el ambiente de apoyo y el nivel de ventas brinda resultados favorables, extrayendo los datos del porqué del cuestionario indicaron buenas relaciones personales, sienten orgullo de trabajar con un gran talento humano y que sienten un ambiente cálido con todos los trabajadores. El marco teórico indica que el trabajo en equipo es un indicador que aumenta el nivel de ventas considerablemente y es por eso que muchas empresas se concentran en crear un buen ambiente laboral, participación entre todos los involucrados de la empresa, coordinación entre las distintas áreas y de esta manera crear sinergia, obteniendo como resultado un mayor desempeño de los trabajadores y un incremento en las ventas.

CUADRO N° 06

Respuestas a la segunda pregunta del cuestionario aplicado a los trabajadores sobre la claridad de roles y el nivel de ventas representados porcentual y frecuencialmente en la empresa H Motors S.A. Huánuco - 2015.

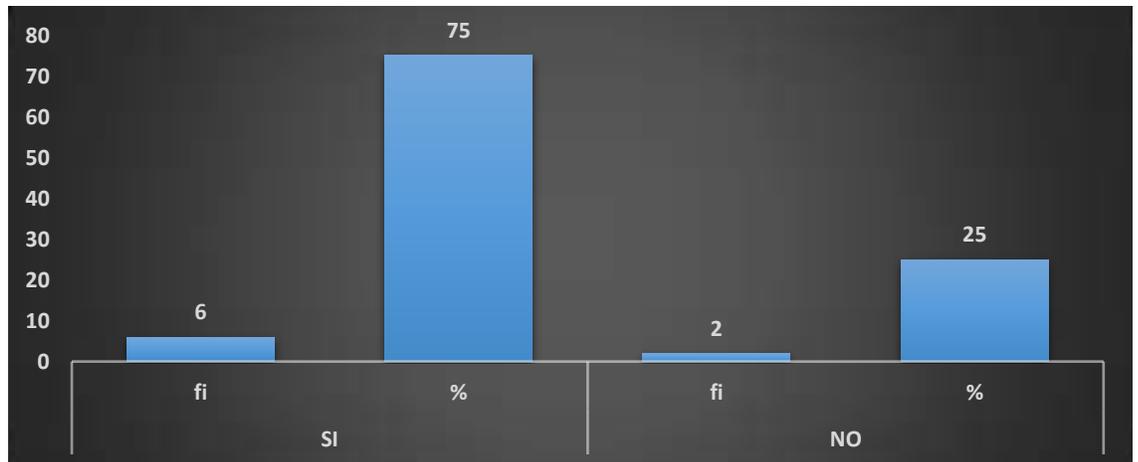
PREGUNTA N° 02			
¿La claridad de roles en la empresa “H Motors” (saber cuáles con mis responsabilidades), está relacionado positivamente con el nivel de ventas?			
RESPUESTAS			
SI		NO	
fi	%	Fi	%
6	75	2	25

Fuente : Cuestionario.

Elaboración: Los tesistas.

GRÁFICO N° 02

Respuestas a la segunda pregunta del cuestionario aplicado a los trabajadores sobre la claridad de roles y el nivel de ventas representados porcentual y frecuencialmente en la empresa H Motors S.A. Huánuco - 2015.



Fuente : Cuestionario.

Elaboración: Los tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

6 trabajadores de la empresa H Motors que representan el 75% del total de cuestionarios aplicados a los trabajadores, manifestaron que la claridad de roles se relaciona positivamente con el nivel de ventas, contradictoriamente 2 trabajadores de la empresa que representa el 25% del total de trabajadores manifestaron que no hay relación entre ambas.

El cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa H Motors sobre la claridad de roles y el nivel de ventas brindo resultados positivos en los trabajadores quienes respondieron mediante la explicación del por qué, saber las funciones del área que laboral y que tienen una responsabilidad de cumplir con los objetivos de la empresa. En la entrevista realizada al Gerente General de la empresa H Motors, Sr. Alí Martínez Chang, Ingeniero Industrial menciona que cada trabajador labora según el MOF y el ROF siendo así su guía en la claridad de roles, el marco teórico menciona que todas las empresas, deben tener documentos que ayuden y optimicen las actividades que realizan los trabajadores, esto según al área que pertenecen para no crear conflictos en la responsabilidad de cada trabajador.

CUADRO N° 07

Respuestas a la tercera pregunta del cuestionario aplicado a los trabajadores sobre las metas superiores y el nivel de ventas representados porcentual y frecuencialmente en la empresa H Motors S.A. Huánuco - 2015.

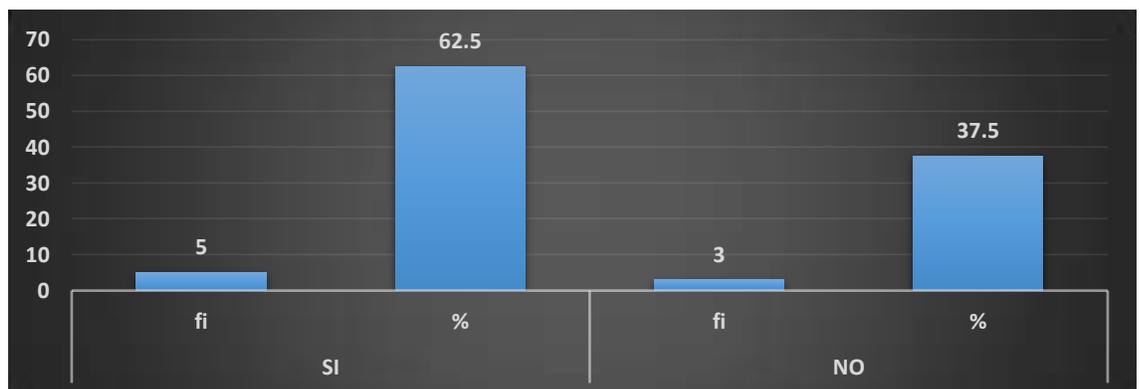
PREGUNTA N° 03			
¿Las metas superiores en la empresa "H Motors" permite un mayor nivel de ventas?			
RESPUESTAS			
SI		NO	
fi	%	Fi	%
5	62.5	3	37.5

estionario

Elaboración: Los tesistas.

GRÁFICO N° 03

Respuestas a la tercera pregunta del cuestionario aplicado a los trabajadores sobre las metas superiores y el nivel de ventas representados porcentual y frecuencialmente en la empresa H Motors S.A. Huánuco - 2015.



Fuente : Cuestionario.

Elaboración: Los tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

5 trabajadores de la empresa H Motors que representan el 62.5% del total cuestionarios aplicados a los trabajadores, manifestaron que las metas superiores permiten un mayor nivel de ventas, contradictoriamente 3 trabajadores de la empresa que representa el 37.5% del total de trabajadores manifestaron que no hay relación entre ambas.

La entrevista aplicada al Gerente General de la empresa H Motors, Sr. Alí Martínez Chang, Ingeniero Industrial sobre el poner metas superiores beneficia con el nivel de ventas menciona que el objetivo de la empresa es llegar a ser la primera en la región central del Perú y para esto la meta que se propuso; es de llegar a ser los primeros en ventas corporativas como principal fuerza de ventas, estas metas son realizadas en coordinación con el supervisor de la empresa Honda del Perú. El cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa y la expresión en cuanto al porque muestran su conformidad en cuanto a las metas superiores y el incremento del nivel de ventas, manifestaron que hay una relación positiva pero que a su vez las metas superiores crean estrés y presión en el personal manifestando un malestar sobre este aspecto.

El marco teórico enseña que las metas son responsabilidad del Gerente General, esto en base a los talentos de sus trabajadores, la disposición y el trabajo en equipo para el logro de resultados pero sin dejar de lado el buen clima laboral que se tiene en la empresa y que no se genere malestar o presión en el logro de resultados.

CUADRO N° 08

Respuestas a la cuarta pregunta del cuestionario aplicado a los trabajadores sobre los premios en equipo y el nivel de ventas representados porcentual y frecuentemente en la empresa H Motors S.A. Huánuco - 2015.

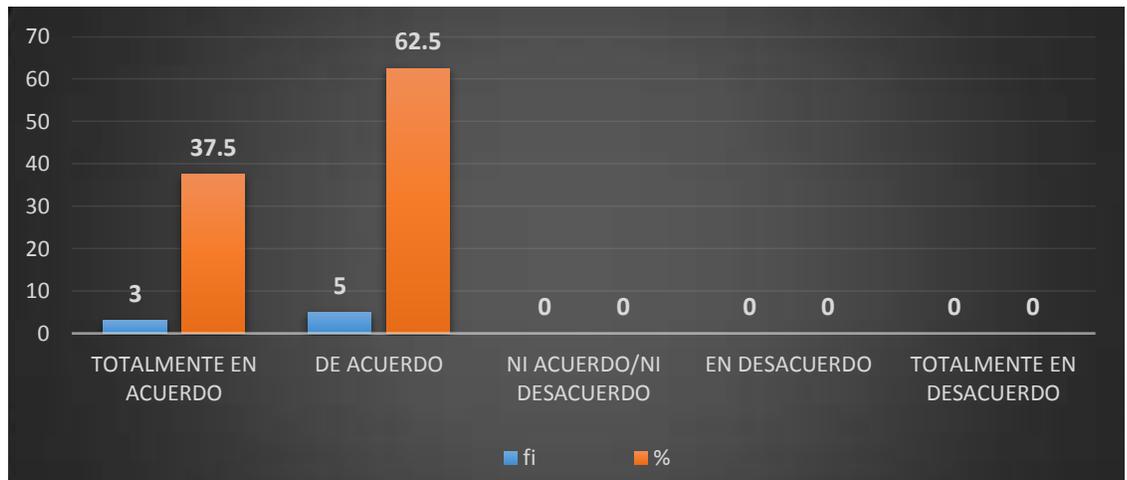
PREGUNTA N° 04					
¿Los premios en equipo (comisiones, bonificaciones y reconocimientos), permite un mayor nivel de ventas en la empresa “H Motors”?					
RESPUESTAS					
	Totalmente en acuerdo	De acuerdo	Ni acuerdo/Ni desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
fi	3	5	0	0	0
%	37,5	62,5	0	0	0

Fuente : Cuestionario.

Elaboración: Los tesisistas.

GRÁFICO N° 04

Respuestas a la cuarta pregunta del cuestionario aplicado a los trabajadores sobre los premios en equipo y el nivel de ventas representados porcentual y frecucionalmente en la empresa H Motors S.A. Huánuco - 2015.



Fuente : Cuestionario.
Elaboración: Los tesisas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

3 Trabajadores de la empresa H Motors que representan el 37,5% del total de cuestionarios aplicados a los trabajadores, manifestaron estar totalmente en acuerdo que el premio en equipo permite un mayor nivel de ventas y 5 trabajadores de la empresa que representa el 62.5% del total de trabajadores manifestaron estar de acuerdo que el premio en equipo permite un mayor nivel de ventas.

El cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa H Motors muestra resultados que se encuentra en el gráfico N° 04, donde los trabajadores manifestaron que hay una relación positiva entre los premios equipos y el nivel de ventas, además en la entrevista realizada al Gerente General de la Empresa H Motors, Sr. Alí Martínez Chang, Ingeniero Industrial, indica que los premios en equipo no se dan en el personal y que gestiona el apoyo entre las diferentes áreas de la empresa para llegar a una alta rotación de productos, pero que los premios en equipo no son realizados por el nivel de ventas por el contrario se realiza por la cantidad de motos vendidas por el personal y que los incentivos son generados por 2 partes al llegar a esta meta. Las 2 partes que generan incentivos a los trabajadores son: Honda del Perú y H Motors S.A. siempre que lleguen a la meta establecida. El marco teórico bajo los principios de la economía demuestra que los individuos responden a incentivos por lo cual los trabajadores al tener una motivación en este caso un incentivo salarial hacen que los involucrados tengan un mayor desempeño y por consiguiente se genere un incremento en el nivel de ventas.

CUADRO N° 09

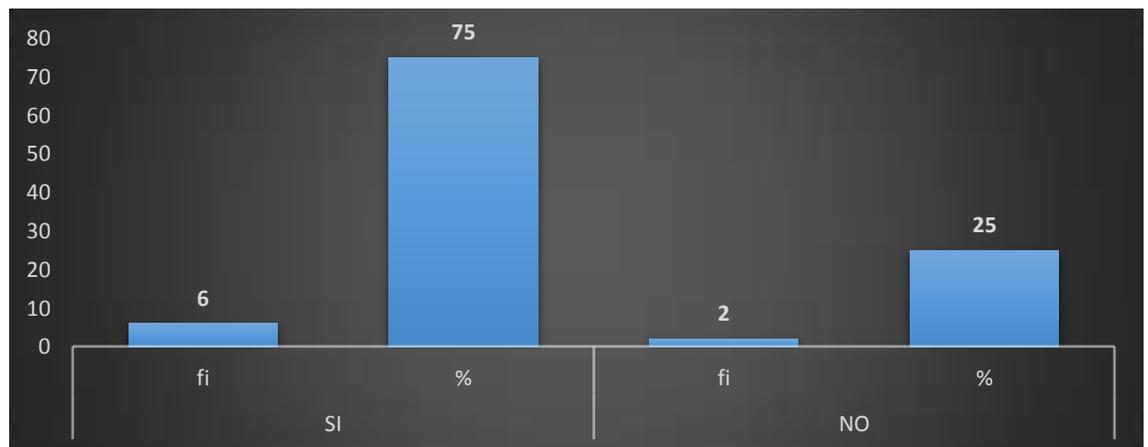
Respuestas a la quinta pregunta del cuestionario aplicado a los trabajadores sobre la flexibilidad del personal y el nivel de ventas representados porcentual y frecuencialmente en la empresa H Motors S.A. Huánuco - 2015.

PREGUNTA N° 05			
¿La flexibilidad del personal (adaptación al cambio), se relaciona positivamente con el nivel de ventas en la empresa "H Motors"?			
RESPUESTAS			
SI		NO	
fi	%	Fi	%
6	75	2	25

Fuente : Cuestionario.
Elaboración: Los tesisistas

GRÁFICO N° 05

Respuestas a la quinta pregunta del cuestionario aplicado a los trabajadores sobre la flexibilidad del personal y el nivel de ventas representados porcentual y frecuencialmente en la empresa H Motors S.A. Huánuco - 2015.



Fuente : Cuestionario.

Elaboración: Los tesisistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

6 trabajadores de la empresa H Motors que representan el 75% del total de cuestionarios aplicados a los trabajadores, manifestaron que la flexibilidad del personal se relaciona positivamente con el nivel de ventas, contradictoriamente 2 trabajadores de la empresa que representa el 25% del total de trabajadores manifestaron que no hay relación entre ambas.

En la entrevista realizada al Gerente General de la empresa H Motors, Sr. Alí Martínez Chang, Ingeniero Industrial, sobre la flexibilidad del personal el menciona que el personal tiene que ser accesible al cambio, aquellos que se tienen que sacar o se les tiene que retirar porque no se adaptan a los cambios que sufre la empresa, que uno de los problemas que afronta Huánuco es que no hay buenos vendedores y que simplemente esperan percibir su sueldo sin realizar el mayor trabajo posible. El cuestionario muestra resultados favorables en cuanto a la flexibilidad del personal, quienes respondiendo el por qué manifestando la mayoría que tienen conciencia sobre este indicador del desempeño laboral y que nadie es imprescindible en la empresa, por lo cual todos los trabajadores conocen muy bien el rol que tiene la adaptación al cambio. El marco teórico nos hace referencia a que la adaptación al cambio es un indicador del personal en cuanto a productividad y al nivel de ventas que este puede generar

produciendo un incremento en el nivel de ventas, los trabajadores del nivel operativo y del nivel medio no son imprescindibles en cualquier empresa, entonces de ahí la importancia de la adaptación al cambio para la permanencia en el ámbito laboral.

CUADRO N° 10

Respuestas a la sexta pregunta del cuestionario aplicado a los trabajadores sobre el desgaste (físico y psicológico) y el nivel de ventas representados porcentual y frecuencialmente en la empresa H Motors S.A. Huánuco - 2015.

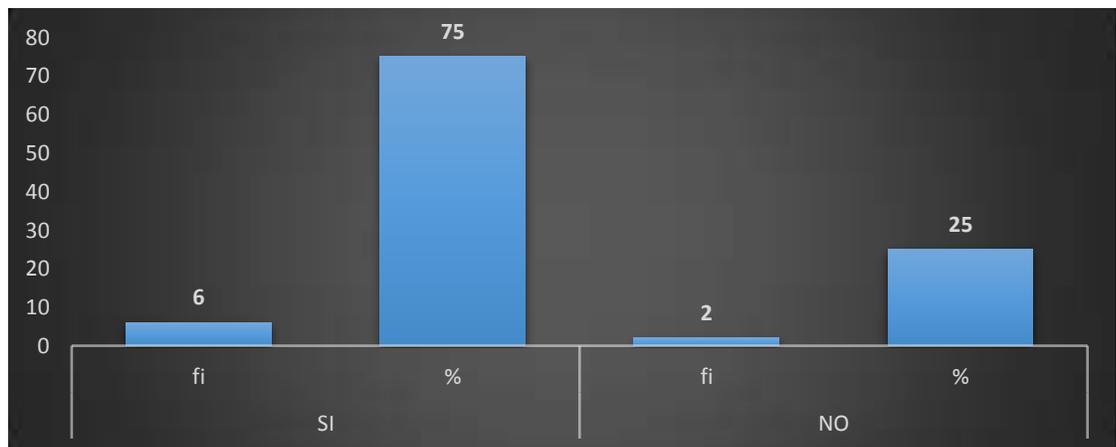
PREGUNTA N° 06			
¿El desgaste (físico y psicológico) en el ambiente laboral se relaciona negativamente con el nivel de ventas en la empresa “H Motors”?			
RESPUESTAS			
SI		NO	
fi	%	Fi	%
6	75	2	25

Fuente : Cuestionario.

Elaboración: Los tesistas.

GRÁFICO N° 06

Respuestas a la sexta pregunta del cuestionario aplicado a los trabajadores sobre el desgaste (físico y psicológico) y el nivel de ventas representados porcentual y frecuencialmente en la empresa H Motors S.A. Huánuco - 2015.



Fuente : Cuestionario.

Elaboración: Los tesisistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

6 trabajadores de la empresa H Motors que representan el 75% del total de cuestionarios aplicados a los trabajadores, manifestaron que el desgaste físico y psicológico se relaciona negativamente con el nivel de ventas, contradictoriamente 2 trabajadores de la empresa que representa el 25% del total de trabajadores manifestaron que no se relaciona negativamente con el nivel de ventas.

En la entrevista realizada al Gerente General de la empresa H Motors, Sr. Alí Martínez Chang, Ingeniero Industrial, el indico que existe un mayor desgaste psicológico que el desgaste físico, y que estos desgaste o en algunos casos problemas que tiene el trabajador se trata de ayudar y de comprender el problema y en medida que se pueda resolver la empresa brinda todo su apoyo, pero en lo concerniente a los problemas externos (familiares entre otros), la empresa no toma cartas en el asunto y por consiguiente afecta negativamente en el nivel de ventas. El cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa, muestran una relación negativa en cuanto a este indicador y el nivel de ventas de la empresa, donde algunos señalan mediante el por qué, que el horario cargado de trabajo, afecta al estado emocional, dificulta a las actividades que realizan y que pierden el entusiasmo por el mismo hecho de haber tenido un día agitado. El marco teórico postula que el desgaste físico, así como el psicológico son detractores del buen desempeño laboral y que también afecta a la salud del personal ocasionando malestar en la persona que a su vez puede llevar a crear un clima laboral inestable y de descoordinación entre las áreas, rompiendo con el trabajo en equipo.

CUADRO N° 11

Respuestas a la séptima pregunta del cuestionario aplicado a los trabajadores sobre la sobrecarga de trabajo (presión en el personal) y el nivel de ventas representados porcentual y frecuencialmente en la empresa H Motors S.A. Huánuco - 2015.

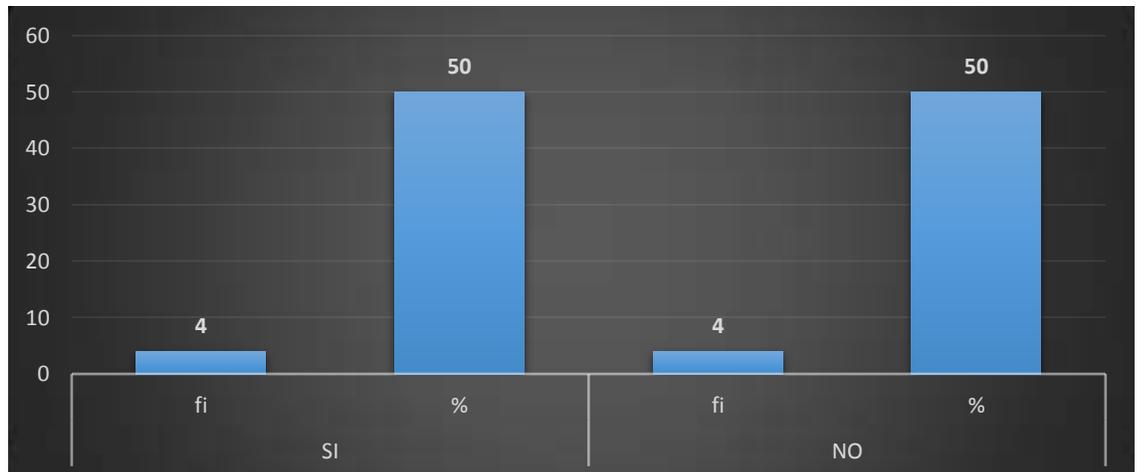
PREGUNTA N° 07			
¿La sobrecarga de trabajo (presión en el personal) en la empresa “H Motors”, se relaciona positivamente con el nivel ventas?			
RESPUESTAS			
SI		NO	
fi	%	Fi	%
4	50	4	50

Elaboración: Los tesistas.

Fuente : Cuestionario.

GRÁFICO N° 07

Respuestas a la séptima pregunta del cuestionario aplicado a los trabajadores sobre la sobrecarga de trabajo y el nivel de ventas representados porcentual y frecuencialmente en la empresa H Motors S.A. Huánuco - 2015.



Fuente : Cuestionario.

Elaboración: Los tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

4 trabajadores de la empresa H Motors que representan el 50% del total de cuestionarios aplicados a los trabajadores, señalaron que la sobrecarga de trabajo se relaciona positivamente con el nivel de ventas, contradictoriamente 4 trabajadores de la empresa que representa el 50% del total de trabajadores manifestaron que la sobrecarga de trabajo no se relaciona positivamente con el nivel de ventas.

En la entrevista realizada al Gerente General de la empresa H Motors, Sr. Alí Martínez Chang, Ingeniero Industrial, sobre la sobrecarga de trabajo y el nivel de ventas manifestó que no realiza la presión al personal porque esto genera la contradicción, evita cumplir las metas, conflictos y a la vez el retiro o despido, a lo contrario realiza incentivos, hacer entender al trabajador que producir más beneficia en general a la empresa y a ellos. El cuestionario aplicado a los trabajadores, nos mencionaron mediante el porqué, que si hay relación positivo para algunos están de acuerdo que se realiza la presión para mejorar las metas o cuando hay demasiado cliente para la atención y otros expresaron que no están de acuerdo con la presión porque esta genera un estrés y desanimo de realizar su labor, según el marco teórico la sobrecarga de trabajo y los límites de tiempo

causa presión a los empleados y generan estrés y como consecuencia trae malos resultados.

CUADRO N° 12

Respuestas a la octava pregunta del cuestionario aplicado a los trabajadores sobre la ambigüedad de los roles y el nivel de ventas representados porcentual y frecuentemente en la empresa H Motors S.A. Huánuco - 2015.

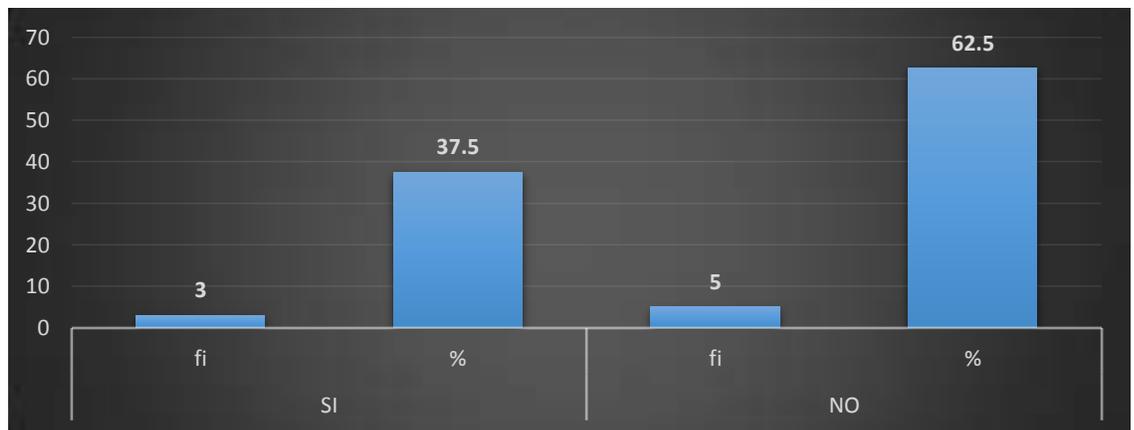
PREGUNTA N° 08			
¿La ambigüedad de los roles (dificultad para adaptarse en otra labor), se relaciona positivamente con el nivel de ventas en la empresa “H Motors”?			
RESPUESTAS			
SI		NO	
fi	%	fi	%
3	37.5	5	62.5

Fuente : Cuestionario.

Elaboración: Los tesisistas.

GRÁFICO N° 08

Respuestas a la octava pregunta del cuestionario aplicado a los trabajadores sobre la ambigüedad de los roles y el nivel de ventas representados porcentual y frecuencialmente en la empresa H Motors S.A. Huánuco - 2015.



Fuente : Cuestionario.

Elaboración: Los tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

3 trabajadores de la empresa H Motors que representan el 37.5% del total de cuestionarios aplicados a los trabajadores, manifestaron que la ambigüedad de los roles se relaciona positivamente con el nivel de ventas, contradictoriamente 5 trabajadores de la empresa que representa el 62.5% del total de trabajadores indicaron que no hay relación entre ambas.

En la entrevista realiza al Gerente General de la empresa H Motors, Sr. Alí Martínez Chang, Ingeniero Industrial, sobre la ambigüedad de roles si es un desafío que posibilita el incremento en el nivel de ventas. Todo el personal en el área que le corresponde conoce su labor y trabajan en equipo y se apoyan en lo que le ameriten tampoco podemos pedir ayuda a uno del área de servicio (mecánico) en ventas y el cuestionario aplicados a los trabajadores no brinda resultados positivos indicaron según porqué que adaptarse a otro labor o área genera miedo, realizar mal las cosas y esto afecta en las ventas y otros señalaron que la adaptación a otra área al principio cuesta pero permite como trabajador desenvolvemos mejor y ser eficaces y eficientes para el cumplimiento de los objetivos y según el marco teórico sobre la ambigüedad de roles es cuando las personas tienen diferentes expectativas sobre las actividades de un empleado en un puesto, de tal manera que este no sabe hacer y no es capaz de cumplir con todas las expectativas.

CUADRO N° 13

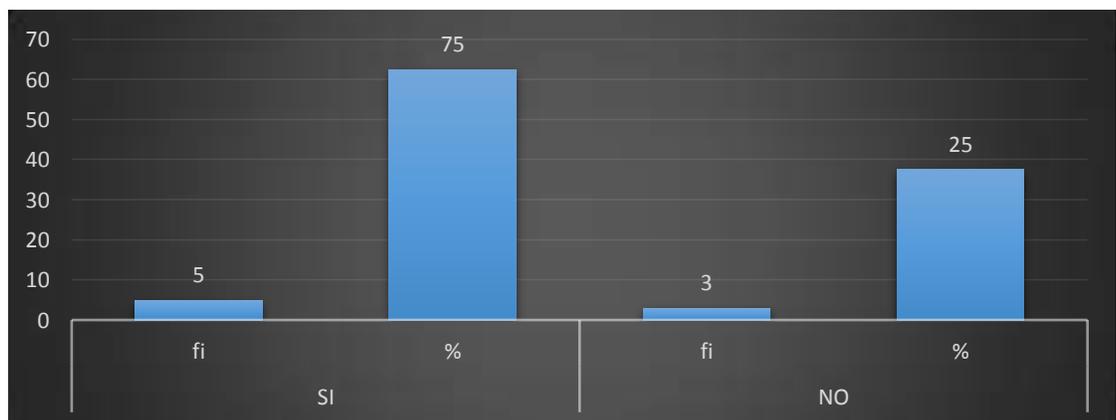
Respuestas a la novena pregunta del cuestionario aplicado a los trabajadores sobre la asesoría y el nivel de ventas representados porcentual y frecuentemente en la empresa H Motors S.A. Huánuco – 2015.

PREGUNTA N° 09			
¿En la empresa “H Motors” la asesoría (instrucciones que realiza el jefe hacia sus trabajadores), se relaciona positivamente con el nivel de ventas?			
RESPUESTAS			
SI		NO	
fi	%	Fi	%
5	75	3	25

Fuente : Cuestionario.
Elaboración: Los tesistas.

GRÁFICO N° 09

Respuestas a la novena pregunta del cuestionario aplicado a los trabajadores sobre la asesoría y el nivel de ventas representados porcentual y frecuentemente en la empresa H Motors S.A. Huánuco – 2015.



Fuente : Cuadro N° 09.
Elaboración: Los tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

5 trabajadores de la empresa H Motors que representan el 75% del total de cuestionarios aplicados a los trabajadores, manifestaron que la asesoría se relaciona positivamente con el nivel de ventas, contradictoriamente 3 trabajadores de la empresa que representa el 25% del total de trabajadores manifestaron que no hay relación entre ambas.

En la entrevista realizada al Gerente General de la empresa H Motors, Sr. Alí Martínez Chang, Ingeniero Industrial, sobre la asesoría y su relación con el nivel de ventas, menciono que realiza reuniones todos los lunes de 8:00am hasta 9:00am en el cual se ayudan en los diversos problemas encontrados en la semana anterior, se orientan el uno al otro y se resuelven los desafíos o metas que tiene cada empleado y según el cuestionario aplicado a los trabajadores, mencionan que si hay una relación positiva, la muestra poblacional que respondieron "NO" manifestaron que la reuniones no son constantes, pero la mayoría dice que la asesoría sirve como instrucciones y recomendaciones para mejorar y a la vez los motiva para cumplir sus objetivos. En el marco teórico la asesoría es cuando un orientador evalúa los problemas de quien es asesorado y plantea un curso de acción

CUADRO N° 14

Respuestas a la décima pregunta del cuestionario aplicado a los trabajadores sobre Aclarar los Pensamientos y el nivel de ventas representados porcentual y frecuencialmente en la empresa H Motors S.A.

PREGUNTA N° 10			
¿Cómo trabajador de la empresa “H Motors”, le aclaran los pensamientos (pensamientos claros o reales del ámbito laboral), para mejorar el nivel de ventas?			
RESPUESTAS			
SI		NO	
fi	%	fi	%
4	50	4	50

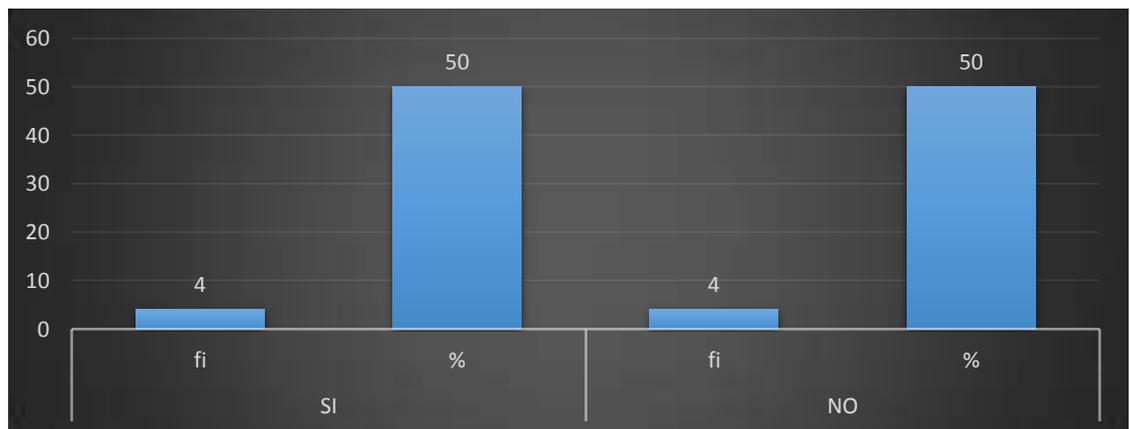
Huánuco – 2015.

Fuente : Cuestionario.

Elaboración: Los tesistas.

GRÁFICO N° 10

Respuestas a la décima pregunta del cuestionario aplicado a los trabajadores sobre Aclarar los Pensamientos y el nivel de ventas representados porcentual y frecuencialmente en la empresa H Motors S.A. Huánuco – 2015.



Fuente : Cuadro N° 10.

Elaboración: Los tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

4 trabajadores de la empresa H Motors que representan el 50% del total de cuestionarios aplicados a los trabajadores, manifestaron que aclarar los pensamientos del personal se relaciona positivamente con el nivel de ventas, contradictoriamente 4 trabajadores de la empresa que representa el 50% del total de trabajadores manifestaron que no hay relación entre ambas.

La pregunta realizada al Gerente General de la empresa H Motors, Sr. Alí Martínez Chang, Ingeniero Industrial, sobre aclarar los pensamientos al personal en el ámbito laboral y posibilita el incremento en el nivel de ventas. Si cada personal sabe el objetivo general y el específico de ser primero en ventas corporativas a nivel nacional y también saben en base a los estudios realizados ellos y según el cuestionario aplicado señalaron que aclarar los pensamientos claros nos permite realizar bien las cosas y lograr las metas y tener resultados reales y evitar imperfecciones, según el marco teórico aclarar los pensamientos es: Evitar las emociones que no concuerdan con los hechos de la situación y tener pensamientos realistas, claros sobre el ámbito laboral y en consecuencia la persona siente

ánimos, acepta su responsabilidad en los problemas emocionales y ser más realista para resolverlos.

CUADRO N° 15

Respuestas a la onceava pregunta del cuestionario aplicado a los trabajadores sobre el nivel de comunicación del personal y el nivel de ventas representados porcentual y frecuentemente en la empresa H Motors S.A. Huánuco – 2015.

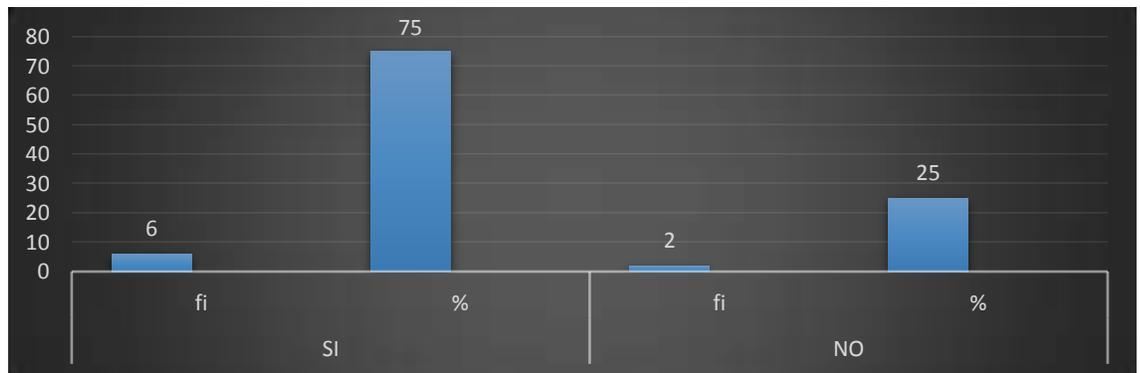
PREGUNTA N° 11			
¿El nivel de comunicación del personal en la empresa “H Motors” se relaciona positivamente con el nivel de ventas?			
RESPUESTAS			
SI		NO	
fi	%	Fi	%
6	75	2	25

Fuente: Cuestionario.

Elaboración: Los tesisistas.

GRÁFICO N° 11

Respuestas a la onceava pregunta del cuestionario aplicado a los trabajadores sobre el nivel de comunicación del personal y el nivel de ventas representados porcentual y frecuentemente en la empresa H Motors S.A. Huánuco – 2015.



Fuente : Cuadro N° 11.

Elaboración: Los tesisistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

6 trabajadores de la empresa H Motors que representan el 75% del total de cuestionarios aplicados a los trabajadores, manifestaron que el nivel de comunicación del personal se relaciona positivamente con el nivel de ventas, contradictoriamente 2 trabajadores de la empresa que representa el 25% del total de trabajadores manifestaron que el nivel de comunicación no se relaciona positivamente con el nivel de ventas.

La entrevista realizada al Gerente General de la empresa H Motors, Sr. Alí Martínez Chang, Ingeniero Industrial, sobre la buena comunicación en el personal y el incremento en el nivel de ventas; manifestó que si hay comunicación y esto permite evitar en cada área los desafíos o conflictos internos o a nivel de toda la empresa permitiendo al jefe de cada área solucionar los problemas, siempre hay desafíos es parte del vivir cotidiano esto nos permite fortalecernos como empresa y poder cumplir los objetivos. Según el cuestionario aplicados a los trabajadores mencionan que hay resultados positivos mediante el por qué, la comunicación es importante porque permite realizar bien las cosas e inquietudes personales y evitar errores y otros dijeron que no se realiza con frecuencia o no realizamos muy bien la comunicación, desde el marco teórico Según: (Cummings & SHOWAB P., 1985, pág. 66) “La comunicación aclara a los

subordinados que es lo que se va hacer. La comunicación puede servir como un mecanismo para aumentar las aspiraciones, motivación y alcanzar metas. La comunicación es la principal de acuerdo con nuestro modelo.”

CUADRO N° 16

Respuestas a la doceava pregunta del cuestionario aplicado a los trabajadores sobre los incentivos salariales y el nivel de ventas representados porcentual y frecuentemente en la empresa H Motors S.A. Huánuco - 2015.

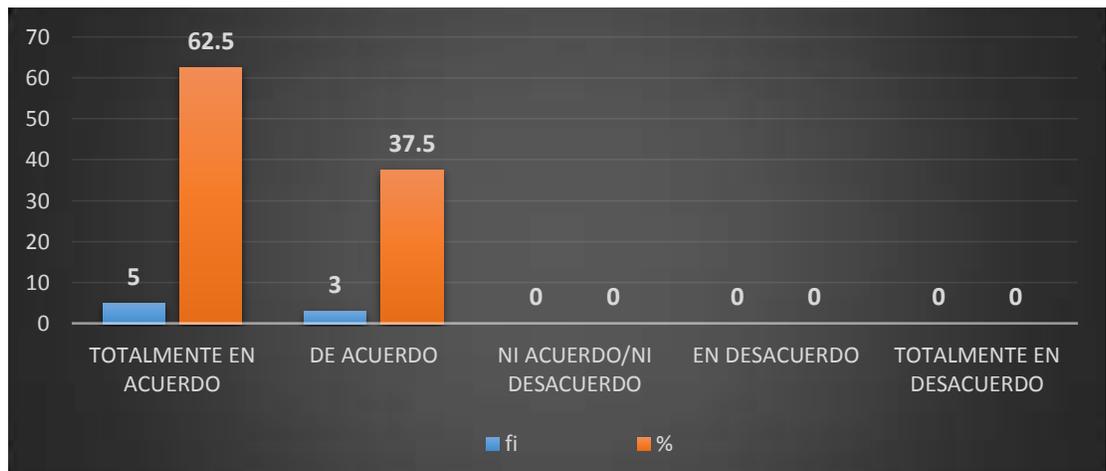
PREGUNTA N° 12					
¿Los incentivos salariales a los trabajadores en la empresa “H Motors” (entregados por una mayor producción), se relacionan positivamente con el nivel de ventas?					
RESPUESTAS					
	Totalmente en acuerdo	De acuerdo	Ni acuerdo/Ni desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
fi	5	3	0	0	0
%	62.5	37.5	0	0	0

Fuente : Cuestionario.

Elaboración: Los tesisistas.

GRÁFICO N° 12

Respuestas a la doceava pregunta del cuestionario aplicado a los trabajadores sobre los incentivos salariales y el nivel de ventas representados porcentual y frecuencialmente en la empresa H Motors S.A. Huánuco - 2015.



Fuente : Cuestionario.
Elaboración: Los tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

5 Trabajadores de la empresa H Motors que representa el 62.5% del total de cuestionarios aplicados a los trabajadores manifestaron estar totalmente en acuerdo que los incentivos salariales se relaciona positivamente con el nivel de ventas y 3 trabajadores de la empresa que representa el 37.5% del total de trabajadores manifestaron estar de acuerdo que se relaciona positivamente con el nivel de ventas. La entrevista realizada al Gerente General de la empresa H Motors, Sr. Alí

Martinez Chang, Ingeniero Industrial, sobre la asignación de incentivos salariales a los trabajadores para aumentar el nivel de ventas menciona que la Empresa H motors no actúa sola, sino que también cuenta con el apoyo de Honda del Perú y con relación a los incentivos, también por parte equitativa o ambas ponen una meta que los trabajadores tienen que alcanzar para poder obtener estos incentivos salariales, estos incentivos salariales motivan a su personal a que puedan generar una mayor productividad. El cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa mostró según por qué resultados de aceptación en cuanto a una relación positiva entre los incentivos y el nivel de ventas. El marco teórico del desempeño laboral indica que los trabajadores deben laborar en un ambiente lo más cálido y de fácil interacción con sus instrumentos de trabajo, pero a su vez esto no garantiza un alto desempeño y para ello las distintas doctrinas, principios como en la economía donde menciona que los individuos responden a incentivos, muestra una buena motivación y que se demostró empíricamente en diversas organizaciones que los incentivos salariales como indicador de la productividad y que lleva a un incremento en el nivel de ventas.

CUADRO N° 17

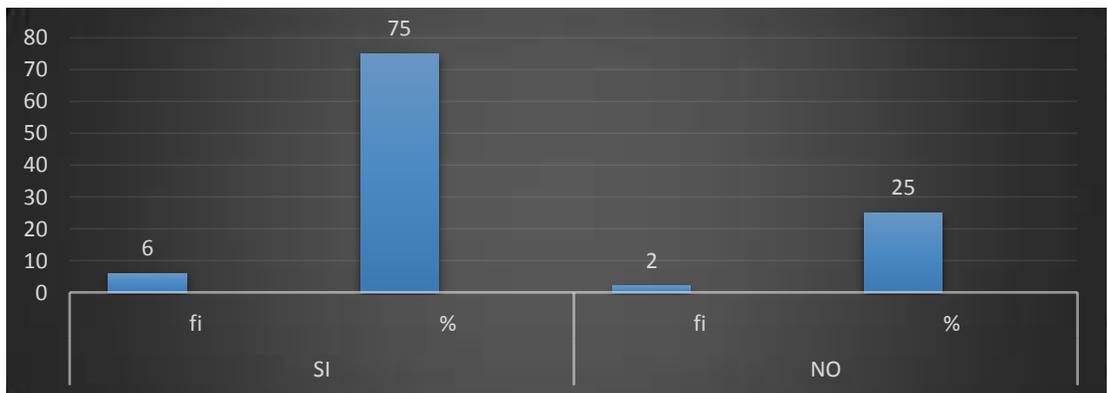
Respuestas a la treceava pregunta del cuestionario aplicado a los trabajadores sobre la participación de ganancias y el nivel de ventas representados porcentual y frecucionalmente en la empresa H Motors S.A. Huánuco – 2015.

PREGUNTA N° 13			
¿La participación de las ganancias en la empresa “H Motors” (distribución de utilidades), se relaciona positivamente con el nivel de ventas?			
RESPUESTAS			
SI		NO	
fi	%	Fi	%
6	75	2	25

Elaboración: Los tesistas.
Fuente : Cuestionario.

GRÁFICO N° 13

Respuestas a la treceava pregunta del cuestionario aplicado a los trabajadores sobre la participación de ganancias y el nivel de ventas representados porcentual y frecucionalmente en la empresa H Motors S.A. Huánuco – 2015.



Fuente : Cuadro N° 13.
Elaboración: Los tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

6 trabajadores de la empresa H Motors que representa el 75% del total de cuestionarios aplicados a los trabajadores manifestaron que la participación de ganancias se relaciona positivamente con el nivel de ventas, contradictoriamente 2 trabajadores de la empresa que representa el 25% del total de trabajadores manifestaron que no hay relación entre ambas.

En la entrevista realizada al Gerente General de la empresa H Motors, Sr. Alí Martínez Chang, Ingeniero Industrial, sobre la participación de ganancias es un factor motivador para superar el nivel de ventas. Lo considera no como un factor sino como un coeficiente de medición pero esto no se realiza en la empresa ya que para este nivel no lo estamos como lo son las empresas mineras y las utilidades se distribuye para pagar la deuda de la casa, alquiler, sueldo básico del personal, inversión entre otros y no para los bonos o adicionales por meta lograda por el personal, ya que esto se genera Honda nacional y los factores externos como macroeconómico, microeconómico, político afecta los niveles de ventas y según el cuestionario manifestaron que no se realiza la participación de ganancias o piensas que sus incentivos son parte de las ganancias y según el marco teórico la participación de ganancias es un

periodo histórico básico de desempeño organizacional mide las mejoras y comparte las ganancias con los empleados de acuerdo con alguna fórmula.

CUADRO N° 18

Respuestas a la catorceava pregunta del cuestionario aplicado a los trabajadores sobre el salario basado en habilidades y el nivel de ventas representados porcentual y frecuentemente en la empresa H Motors S.A. Huánuco - 2015.

PREGUNTA N° 14					
¿El salario en la empresa “H Motors”, basado en habilidades (salario que se basa en el cumplimiento de sus objetivos), se relaciona positivamente con el nivel de ventas?					
RESPUESTAS					
	Totalmente en acuerdo	De acuerdo	Ni acuerdo/Ni desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
fi	2	3	3	0	0
%	25	37.5	37.5	0	0

Fuente : Cuestionario.

Elaboración: Los tesistas.

GRÁFICO N° 14

Respuestas a la catorceava pregunta del cuestionario aplicado a los trabajadores sobre el salario basado en habilidades y el nivel de ventas representados porcentual y frecuentemente en la empresa H Motors S.A. Huánuco - 2015.



Fuente : Cuestionario.
 Elaboración: Los tesisistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

2 Trabajadores de la empresa H Motors que representan el 25% del total de cuestionarios aplicados a los trabajadores indicaron estar totalmente en acuerdo que el salario basado en habilidades se relaciona positivamente con el nivel de ventas consecuentemente 3 trabajadores de la empresa que representa el 37.5% manifestaron estar de acuerdo y 3 trabajadores que representan el 37.5% manifestaron ni acuerdo y desacuerdo del total

de trabajadores manifestaron estar de acuerdo que se relaciona positivamente con el nivel de ventas.

La entrevista realizada al Gerente General de la empresa H Motors, Sr. Alí Martínez Chang, Ingeniero Industrial, sobre los salarios basado en habilidades, menciona que todos los empleados tienen un periodo de prueba y también se les asigna una meta que deben cumplir en un periodo de 3 meses, esto da tiempo suficiente para que la empresa identifique la productividad del trabajador, por lo cual la empresa da más valor, al número de motocicletas vendidas que al monto de venta total del trabajador. Así mismo el cuestionario aplicado a los trabajadores manifiestan que existe una relación positiva, indicaron mediante el por qué la conformidad en cuanto a la política de la empresa en cuanto a salarios. El marco teórico muestra que el salario basado en habilidades es una administración basada en aspectos intrínsecos de la persona esto puedo conformarse por conocimiento, actitudes, capacidad, disponibilidad y experiencia lo cual hace que cada área este diseñada según cada perfil de los trabajadores.

.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

En el presente informe de investigación se presenta la discusión de resultados para los cual se tomaron como base los resultados que se obtuvieron durante el trabajo de campo, para contrastarlo y confrontarlo con los conclusiones de los antecedentes, con las bases teóricas y con las hipótesis de la mencionada investigación, las mismas que se señalan a continuación.

5.1. CONTRASTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO CON LAS CONCLUSIONES DE LOS ANTECEDENTES.

En el marco teórico del presente informe se han consignado los antecedentes que tiene relación directa con la presente investigación, los mismos que serán utilizados esta parte para controlarlos con los resultados obtenidos durante el trabajo de campo. Entre los principales antecedentes citados tenemos:

Falera Vásquez, Ibeth Daysi (2013) “La motivación y el desempeño laboral en los empleados de la pollería San Felipe de la ciudad de Huánuco”

Universidad Nacional Hermilio Valdizan. La conclusión que arribo la tesista fue la siguiente: Está comprobado teórica y estadísticamente que la motivación del personal de la pollería San Felipe, es buena y por ende incide en el Desempeño Laboral, razón por la cual sienten interés por mejorar su trabajo en un 81,9% que se corroboran con un cuadro estadístico.

Luego de haber concluido con el trabajo de campo y en base a los resultados obtenidos en los cuadros N° 08 sobre los premios en equipo (comisiones, bonificaciones y reconocimientos) y en el cuadro N° 16 sobre los incentivos salariales a los trabajadores de la empresa H Motors, podemos afirmar que son factores de motivación hacia el personal y que tienen una relación directa en cuanto al desempeño laboral que generan los trabajadores de ambas empresas, a su vez la motivación contribuye al aumento en el margen del nivel de ventas debido a un desempeño laboral eficiente. Entonces la evidencia que la conclusión en referencia y los resultados del presente trabajo de investigación coinciden en cuanto al desempeño laboral en ambas empresas. Permitiendo manifestar que las motivaciones, para este caso los premios en equipo y los incentivos salariales permiten mejorar sustancialmente el nivel de ventas en la empresa H Motors en la ciudad de Huánuco 2015.

Los resultados del presente trabajo de investigación demuestran que el 75% de los trabajadores de la empresa H Motors S.A. manifestaron que en la empresa, el ambiente de apoyo (trabajo en equipo) se relaciona positivamente con el nivel de ventas; en el trabajo de investigación titulado: “La Gestión de los Recursos Humanos y el Desempeño Laboral”, el autor: Latorre Navarro, M. Felisa ha llegado a la siguiente conclusión: Las prácticas de RRHH orientadas al compromiso se relacionan positivamente con el apoyo organizacional y la autonomía favoreciendo la percepción de los empleados de que la organización cuida de su bienestar y que les proporciona margen de maniobra para llevar a cabo su trabajo, lo que redundaría en mayor satisfacción y desempeño. El apoyo organizacional muestra su potencial para aumentar la satisfacción por su carácter discrecional y de reconocimiento.

Contrastando los resultados de la presente investigación y la conclusión en referencia, se aprecia que la empresa H Motors gestiona el trabajo en equipo en las diversas áreas de la empresa, con el fin de generar sinergia entre ellas. En el cuadro N° 05 se puede evidenciar que los trabajadores sienten que realizan un trabajo en equipo, esto los ayuda a generar un ambiente de trabajo positivo y de cooperación, llegando al punto de sentir orgullo de trabajar en una empresa con gran talento humano y que a su vez

ayuda al desarrollo profesional, técnico y personal de los trabajadores. La apreciación presentada por los investigadores, muestra que los resultados obtenidos en el trabajo de campo coinciden con el presente trabajo de investigación en cuanto al trabajo en equipo, teniendo como indicador el ambiente de apoyo.

5.2. CONTRASTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO CON LOS REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS DE LAS BASES TEÓRICAS.

En el capítulo II del trabajo de investigación se seleccionaron las bases teóricas las mismas que nos permiten discutir los resultados obtenidos, las que mencionamos a continuación:

(PALACI, 2005) “El Desempeño Laboral es el valor que se espera aportar a la organización de los diferentes episodios conductuales que un individuo lleva acabo en un período de tiempo”.

Según los fundamentos del Desempeño laboral, la finalidad es de brindar un valor agregado como trabajador a la organización, las funciones de cada área y de cada personal están detalladas en el MOF y ROF este enfoque sustenta que se debe realizar estas labores y sobrepasar las

expectativas de los altos directivos, podemos evidenciar en cuadro N° 06 referente a la claridad de roles (saber cuáles son mis responsabilidades) que los trabajadores manifiestan en su mayoría (75%) que si tiene una relación positiva con el nivel de ventas de la empresa, a través de la asignación y el reparto de funciones, tareas y responsabilidades entre las personas que constituyen la empresa, cada una ocupa una posición dentro de ella (técnico de mantenimiento, jefe de área, etc.). En función de esa posición se posee un conjunto de derechos y deberes (status) y se desempeña un rol o papel determinado (donde el trabajador tiene expectativas propias y ajenas acerca del patrón de conductas que se adecua al puesto ocupado). De este modo, las personas constituyen en las organizaciones aportaciones significativas, en tanto que se estructuran según un sistema de roles que pueden ser desempeñados. Sobre lo comentado según (ROBBINS, 2004) manifiesta lo siguiente:

Como uno de los principios fundamentales de la psicología del desempeño, es la fijación de metas, la cual activa el comportamiento y mejora el desempeño, porque ayuda a la persona a enfocar sus esfuerzos sobre metas difíciles, que cuando las metas son fáciles.

El objetivo fundamental del trabajo de investigación fue conocer la relación de los indicadores del Desempeño laboral y el nivel de ventas, por lo que

siendo uno de los indicadores la fijación de metas con sus empleados, se toma importancia como un elemento fundamental de una efectiva gestión de recursos humanos. Hay varias razones para fijar metas para los empleados. Entre otras, las metas pueden: ayudar a los empleados a centrarse en el objetivo de su empresa; mejorar sus probabilidades de éxito al centrar los esfuerzos de los empleados en el éxito de la empresa a corto y largo plazo y motivar a los empleados. Además, la fijación de metas para los empleados es una parte importante del programa de evaluación o gratificaciones de un empleado porque sin metas, no es fácil medir el desempeño. Para ser eficaces, las metas para los empleados deben ser claras y comprensibles. Cada meta debe ser concreta y alcanzable lo cual se verá reflejado en el aumento en el nivel de ventas de la empresa H Motors S.A. Al respecto (CHIAVENATO, 2006, pág. 359) afirma: “El Desempeño es el comportamiento del evaluado en la búsqueda de los objetivos fijados. Constituye la estrategia individual para lograr los objetivos deseados.”

Los resultados obtenidos durante el trabajo de campo, de los trabajadores de la empresa H Motors S.A. y que se encuentran plasmados en los cuadros del capítulo de resultados, evidencian que aclarar los pensamientos tiene relación directa el nivel de ventas. La mencionada cita

contrasta con el resultado obtenido en los cuadros de la presente investigación, porque sostiene, que la clave para los objetivos deseados por la empresa tanto en el crecimiento empresarial como en el Desempeño Laboral, básicamente se centra en los objetivos fijados para el trabajador para mayor contraste de esta cita podemos evidenciar el cuadro N° 06, 07 y 14 donde se mencionan indicadores sobre los objetivos del trabajador.

5.3. CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS EN BASE A LA PRUEBA DE HIPÓTESIS.

Hi: Determinando si el Desempeño Laboral se relaciona positivamente con el Nivel de ventas en la Empresa H Motors S.A., entonces se generara cambios en el equipo que labora en la empresa.

Los resultados que se encuentran plasmados en todos los cuadros estadísticos del presente trabajo investigación, en el capítulo de resultados, nos indican que la hipótesis general propuesta es aceptada; debido a que se afirma que el Desempeño Laboral se relaciona positivamente con el Nivel de Ventas en la Empresa H Motors S.A. ya que el Desempeño Laboral contribuye efectivamente en el Nivel de Ventas en la empresa, para la

mayor ratificar lo dicho podemos evidenciar los cuadros N° 05 al N°18 donde se plasman la información de los trabajadores de la empresa H Motors, contenida los indicadores de las dimensiones de trabajo en equipo, estrés y orientación por ultima dimensión los incentivos. Por lo que la hipótesis general de la presente investigación queda definitivamente confirmada.

CONCLUSIONES

1. El Desempeño Laboral se relaciona positivamente con el Nivel de ventas en la empresa H Motors S.A.; debido de que los incentivos, la buena comunicación, la flexibilidad en el personal y la asesoría impulsa al personal a realizar bien su cargo en el puesto en el cual se desempeña y de esta manera incrementar las ventas.
2. El Trabajo en Equipo la primera dimensión del desempeño laboral se relaciona positivamente con el Nivel de Ventas en la empresa H Motors S.A., ya que una buena relación del personal, un buen talento humano, funciones y objetivos claros, metas superiores sin generar un clima laboral negativo y los premios de equipo generaran un nivel de ventas altas que se pueden apreciar en los cuadros N° 05, 06, 07, 08.
3. El estrés y la orientación del personal la segunda dimensión del desempeño laboral se relaciona positivamente con el Nivel de Ventas en la empresa H Motors S.A, ya que el estar preparado para algún cambio, el estar bien orientados y capacitados, saber cuáles son sus funciones y objetivos que se espera de ellos, tener una buena comunicación permite un incremento en las ventas las mismas que se pueden apreciar en los cuadros N° 09; 10; 11; 12; 14 y 15.

4. Los incentivos la tercera dimensión del desempeño laboral se relacionan positivamente con el nivel de ventas en la empresa H Motors S.A, ya que los incentivos salariales a todo el personal, la participación de utilidad, salarios basados en habilidades al personal mejora el nivel de ventas, se presentan en los cuadros N° 16; 17 y 18.

SUGERENCIAS

1. Se sugiere al Gerente General Ing. Industrial Alí Martínez Chang de la empresa H Motors S.A, seguir desarrollando el desempeño laboral como un instrumento importante del incremento de ventas para la empresa y consecuentemente una mayor participación el mercado.
2. Sugerimos al Gerente General Ing. Industrial Alí Martínez Chang de la empresa H Motors S.A, seguir gestionando el trabajo en equipo en la empresa, esto ayudara a contemplar un ambiente de apoyo y por ende a desarrollar un clima organizacional positivo.
3. El Gerente General Ing. Industrial Alí Martínez Chang de la empresa H Motors S.A, debe continuar con el desarrollo del indicador de estrés y orientación debido a que proporciona una satisfacción interna, permitiendo realizar un buen desenvolvimiento de los trabajadores dentro de la empresa.
4. Sugerimos al Gerente General Ing. Industrial Alí Martínez Chang de la empresa H Motors S.A, desarrollar, mejorar y tener mayor flexibilidad en cuanto a los incentivos salariales que se brindan a los trabajadores por el logro de metas, siendo este indicador el de mayor importancia para los trabajadores en cuanto al desempeño laboral.

BIBLIOGRAFIA

carrionautomotriz. (Diciembre de 2015). Obtenido de carrionautomotriz:

<http://carrionautomotriz.com/>

CHIAVENATO, E. (2006). *INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN*

(Octava ed.). Mexico DF: McGRAW-HILL.

CISNEROS, S. (2011). *Diccionario de Marketing* (primera ed.). Madrid, España: Cultural SA.

Crece Negocios. (Octubre de 2014). Obtenido de Crece Negocios:

<http://www.crecenegocios.com/como-mejorar-el-desempeno-del-personal/>

Cummings, I., & SHOWAB P., D. (1985). *RECURSOS HUMANOS DESEMPEÑO Y EVALUACIÓN*

(Primera ed.). Mexico DF: Ediciones Trillas S.A.

degerencia.com. (Diciembre de 2015). Obtenido de degerencia.com:

<http://www.degerencia.com/tema/ventas>

FISHER, L., & ESPEJO, j. (2010). *MERCADOTECNIA* (Tercera ed.). Mexico DF.: Mc Graw Hill.

indianmotos. (diciembre de 2015). Obtenido de indianmotos:

<http://indianmotos.com/Nosotros>

Marketingpower. (diciembre de 2015). Obtenido de Marketingpower:

<http://www.marketingpower.com/>

MENDEZ, I. G. (2010). *emprendedores*. Obtenido de emprendedores:

<http://www.emprendedores.es/caso-de-exito/harley-davidson>

MENDEZ, I. G. (2010). *emprendeores.es*. Obtenido de <http://www.emprendedores.es>

monografias. (julio de 2008). Obtenido de monografias:

<http://www.monografias.com/trabajos15/indicad-evaluacion/indicad-evaluacion.shtml#ixzz4W9IDnJh8>

monografias.com. (Diciembre de 2015). Obtenido de monografias.com:

<http://www.monografias.com/trabajos89/estado-resultados/estado-resultados.shtml>

MORENO, R. (2003). *MARKETING* (Segunda ed.). Lima: San Marcos.

PALACI, F. (2005). *Psicología de la organización* (primera ed.). Madrid, España: Pearson prentice hall.

rae.es. (Diciembre de 2015). Obtenido de rae.es: <http://www.rae.es/>.

REID, A. (2004). *LAS TÉCNICAS MODERNAS DE VENTA Y SUS APLICACIONES* (Segunda ed.). Madrid, España: Diana.

ROBBINS, S. (2004). *Comportamiento Organizacional* (Septima ed.). Mexico DF, Mexico: Prentice Hall.

SAC, I. M. (2015). *INDIANMOTOS.COM*. Obtenido de <http://www.indianmotos.com>

ANEXOS

ANEXO 01 INSTRUMENTOS Y TECNICAS



UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZÁN" DE HUÁNUCO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



Se viene desarrollando un trabajo de investigación titulado "El desempeño laboral y su relación con el Nivel de ventas"; para el cual se esta recolectando datos referidos al mencionado trabajo de investigación; a continuación usted encontrara un conjunto de preguntas. Sirvase responder las mismas con la veracidad y sinceridad del caso, marcando con una X en el recuadro correspondiente:

CUESTIONARIO

1. Como trabajador en la empresa "H Motors" ¿el ambiente de apoyo (trabajo en equipo), se relaciona positivamente con el nivel de ventas?

SÍ

NO

¿Por qué?

2. ¿La claridad de roles en la empresa "H Motors" (saber cuáles con mis responsabilidades), está relacionado positivamente con el nivel de ventas?

SÍ

NO

¿Por qué?

3. ¿Las metas superiores en la empresa "H Motors" permite un mayor nivel de ventas?

SÍ

NO

¿Por qué?

4. ¿Los premios en equipo (comisiones, bonificaciones y reconocimientos), permite un mayor nivel de ventas en la empresa "H Motors"?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

5. ¿La flexibilidad del personal (adaptación al cambio), se relaciona positivamente con el nivel de ventas en la empresa "H Motors"?

SÍ

NO

¿Por qué?

—

6. ¿El desgaste (físico y psicológico), en el ambiente laboral se relaciona negativamente con el nivel de ventas en la empresa "H Motors"?

SÍ

NO

¿Por qué?

—

7. ¿La sobrecarga de trabajo (presión en el personal) en la empresa "H Motors", se relaciona positivamente con el nivel ventas?

SÍ

NO

¿Por qué?

—

8. ¿La ambigüedad de los roles (dificultad para adaptarse en otra labor), se relaciona positivamente con el nivel de ventas en la empresa "H Motors"?

SÍ

NO

¿Por qué?

9. ¿En la empresa “H Motors” la asesoría (instrucciones que realiza el jefe hacia sus trabajadores), se relaciona positivamente con el nivel de ventas?

SÍ

NO

¿Por qué?

10. ¿Cómo trabajador de la empresa “H Motors”, le aclaran los pensamientos (pensamientos claros o reales del ámbito laboral), para mejorar el nivel de ventas?

SÍ

NO

¿Por qué?

11. ¿El nivel de comunicación del personal en la empresa “H Motors” se relaciona positivamente con el nivel de ventas?

SÍ

NO

¿Por qué?

12. ¿Los incentivos salariales a los trabajadores en la empresa “H Motors” (entregados por una mayor producción), se relacionan positivamente con el nivel de ventas?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni acuerdo, ni desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

13. ¿La participación de las ganancias en la empresa “H Motors” (distribución de utilidades), se relaciona positivamente con el nivel de ventas?

SÍ

NO

¿Por qué?

14. ¿El salario en la empresa “H Motors”, basado en habilidades (salario que se basa en el cumplimiento de sus objetivos), se relaciona positivamente con el nivel de ventas?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni acuerdo, ni desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

Gracias, por su aporte



UNIVERSIDAD NACIONAL “HERMILIO VALDIZÁN” - HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS
GUÍA DE OBSERVACIÓN



DATOS GENERALES: Ing. Industrial. Ali Martínez Chang

OBSERVADOR: Palacios Espinoza Richard Alejandro

LUGAR DE OBSERVACION: Empresa “H Motors Honda”.

DEPENDENCIA: ventas/recursos humanos

HORA: 10:00 am

ENUNCIADOS	EVIDENCIAS		OBSERVACIÓN
	SÍ	NO	
Se realiza el trabajo en equipo.			
Se genera premios en equipo.			
Se genera la flexibilidad del personal.			
Se evidencia el desgaste (físico y psicológico)			
En la empresa se genera la presión en el personal			
Los jefes de área realizan asesoría a su personal.			
Se genera un alto nivel de comunicación del personal			



UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZÁN" - HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS
ANALISIS DOCUMENTARIO



DATOS GENERALES: Empresa "H Motors Honda" S.A.

AREA: Ventas

LUGAR: Oficina del contador - jr. huallayco 1101

HORA: 10:00 am

ENUNCIADO	INTERPRETACION
1. Caja y bancos	
2. Mercaderias	
3. Inmuebles, maquinaria y equipos	
4. Tributos, aportes, sistema de pensiones y salud.	
5. Utilidad del ejercicio	
6. Cuentas por cobrar a terceros	
7. Cuentas por pagar a terceros	



UNIVERSIDAD NACIONAL “HERMILIO VALDIZÁN” DE HUÁNUCO



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Buenas tardes señor Ali Martinez Chang, Gerente General de la Empresa H Motors agradecerle por su tiempo que nos brinda para realizar la entrevista sobre el trabajo de investigación titulado “El desempeño laboral y su relación con el Nivel de ventas en la empresa H Motors”; ya que sera de gran ayuda la informacion que nos brinda para dicho trabajo de investigacion ; a continuación le realizare las preguntas.

ENTREVISTA

1. ENTREVISTADOR: ¿Considera que el ambiente de apoyo (trabajo en equipo), se relaciona positivamente con el nivel de ventas?
2. ENTREVISTADOR: ¿Los trabajadores saben sus claridades de roles (responsabilidades) está relacionado positivamente con el nivel de ventas?
3. ENTREVISTADOR: ¿Las metas Elevadas en la empresa, permite un mayor nivel de ventas?
4. ENTREVISTADOR: ¿Realiza premios en equipo (comisiones, bonificaciones y reconocimientos), permitiendo de esta manera el mayor nivel de ventas?

5. ENTREVISTADOR: ¿Los trabajadores son flexibles al cambio permitiendo de esta manera relacionarse positivamente con el nivel de ventas?
6. ENTREVISTADOR: ¿Cree usted que el desgaste (físico y psicológico) de sus trabajadores en el ámbito laboral afecta negativamente con el nivel de ventas?
7. ENTREVISTADOR: ¿considera que la sobrecarga de trabajo (presión en el personal) se relaciona positivamente con el nivel ventas?
8. ENTREVISTADOR: ¿De qué manera su personal tiene ambigüedad de roles ósea (dificultad para adaptarse en otra labor), en relación con el nivel de ventas?
9. ENTREVISTADOR: ¿De qué manera la asesoría que usted realiza a sus trabajadores se relaciona positivamente con el nivel de ventas?

ENTREVISTADO: Se relaciona de una manera positiva con las ventas debidas de que se realiza capacitaciones cada cierto tiempo concesionario y nos adaptamos a su política y normas y hasta incluso la infraestructura del local
10. ENTREVISTADOR: ¿Como Gerente General de la empresa “H Motors concesionaria de Honda le orientan y le dan un lineamiento de política, reglas y estrategias para mejorar el nivel de ventas?

11. ENTREVISTADOR: ¿De qué manera el nivel de comunicación de sus trabajadores se relaciona positivamente con el nivel de ventas?
12. ENTREVISTADOR: ¿Realiza incentivos salariales a sus trabajadores por su buena producción con el nivel de ventas?
13. ENTREVISTADOR: ¿Realiza la participación de las ganancias a su personal (distribución de utilidades), y como se relaciona positivamente con el nivel de ventas?
14. ENTREVISTADOR: ¿De qué manera el salario basado en habilidades (salario que se basa en el cumplimiento de sus objetivos), se relaciona positivamente con el nivel de ventas?

Gracias, por su colaboración

ANEXO 2
DOCUMENTOS DE
VALIDACION DE
INSTRUMENTOS

“Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación”

Huánuco, 27 de mayo de 2015.

Oficio N° 001-2015-UNHEVAL.

SEÑOR : Dr. Valdivieso Echevarría, Rodolfo

ASUNTO : Validación de instrumentos por juicios de expertos

De nuestra consideración.

Tenemos el agrado de dirigirme a Ud. para hacer de su conocimiento que venimos instrumentalizando nuestra investigación científica titulada: “Desempeño laboral y el nivel de ventas en la empresa “H motors” Huánuco periodo 2014 - 2015”, trabajo que nos permitirá obtener la Licenciatura en Administración; en tal sentido con la finalidad de darle el rigor científico necesario se requiere la validación de los instrumentos a través de la evaluación de juicios de expertos. Es por ello que nos permitimos solicitarle su colaboración como especialista en este tema de investigación apelando a su trayectoria reconocida como docente de la Escuela Académico Profesional de Ciencias Administrativas de la UNHEVAL, a fin de solicitarle emita su juicio como experto sobre los instrumentos que nos permitirá el recojo de datos durante el trabajo de campo; para tal efecto adjuntamos a la presente lo siguiente:

- FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO.
- INSTRUMENTO A VALIDAR.
- MATRIZ DE CONSISTENCIA.

Agradeciendo por anticipado su gentil colaboración que redundará en la culminación de la indicada investigación, aprovechamos la oportunidad para expresarle las muestras de nuestra especial consideración y estima personal.

Atentamente.

PALACIOS ESPINOZA, RICHARD

ALUMNO INVESTIGADOR

CAPCHA BARRIOS, JACK

ALUMNO INVESTIGADOR



UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZAN" DE HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN



DATOS GENERALES:

APellidos y nombres de los investigadores	Escuela donde estudia
Capcha Barrios, Jack Junior	Escuela Académico Profesional de Ciencias Administrativas.
Palacios Espinoza, Richard Alejandro	

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Desempeño Laboral y el Nivel de Ventas en la Empresa "H Motors" Huánuco Periodo 2014-2015.

ASPECTOS DE LA VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0 – 20				REGULAR 21 – 40				BUENO 41 – 60				MUY BUENO 61 – 80				EXCELENTE 81 – 100			
		00	06	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		05	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	El lenguaje utilizado en la redacción de los ítems, es:																				
2. OBJETIVIDAD	Los ítems están expresados en conductas observables, siendo así la objetividad de los ítems es:																				
3. ACTUALIDAD	Los aspectos teóricos científicos utilizados en la redacción de los ítems es:																				

4. ORGANIZACIÓN	La organización lógica de los ítem, es:																			
5. SUFICIENCIA	El número de ítems , en relación al número de indicadores es:																			
6. INTENCIONALIDAD	La intencionalidad de los ítems para evaluar la variable dependiente, es:																			
7. CONSISTENCIA	En la redacción de los ítems, se evidencia relaciones lógicas entre los indicadores de la variable independiente y dependiente, siendo así la consistencia de los ítems es:																			
8. COHERENCIA	La coherencia entre los ítems, indicadores y las dimensiones, es:																			
9. METODOLOGÍA	Las estrategias de los instrumentos responden al propósito del estudio, siendo así la metodología del instrumento es:																			
10. PRESENTACIÓN	La presentación del instrumento es:																			
PUNTAJE VALORACIÓN PARCIAL:																				
PROMEDIO DE VALORACIÓN TOTAL:																				

OPINIÓN DE APLICABILIDAD DEL VALIDADOR:

APELLIDOS Y NOMBRES DEL VALIDADOR	TÍTULO PROFESIONAL Y GRADO ACADÉMICO
Docente: Valdivieso Echevarría, Rodolfo	Licenciado en Administración
	Doctor en Administración

LUGAR Y FECHA	D. N. I. Nº	FIRMA DEL VALIDADOR	TELÉFONO
Huánuco, 27 de mayo de 2015.	22408967		962 690 965

ANEXO 3
MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: Desempeño Laboral y el Nivel de Ventas en la empresa H motors Periodo 2014-2015
TESISTAS: Capcha Barrios, Jack Junior
Palacios Espinoza, Richard Alejandro

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
GENERAL: ¿De qué manera el desempeño laboral se relaciona con el Nivel de ventas en la Empresa "H Motors S.A."?	GENERAL: Conocer la relación del desempeño laboral con el nivel de ventas en la empresa H Motors S.A.	GENERAL: H _i : Conociendo si el desempeño laboral se relaciona positivamente con el Nivel de ventas en la Empresa H Motors S.A, entonces se generara cambios en la actitud del equipo que labora en la empresa.	El Desempeño Laboral	Trabajo en equipo	Ambiente de Apoyo <ul style="list-style-type: none"> • Habilidades y Claridad de roles • Metas Superiores • Premios de Equipo
ESPECÍFICOS: PE ₁ : ¿Cómo el trabajo en equipo se relaciona con el nivel de ventas en la empresa H Motors S.A.?	ESPECÍFICOS: OE ₁ : Analizar el trabajo en equipo y su relación con el nivel de ventas en la empresa H Motors S.A.	ESPECÍFICOS: H _{i1} : Analizando si el trabajo en equipo se relaciona positivamente con el nivel de ventas en la empresa H Motors S.A, se evitara los problemas de individualismo en el personal.		Estrés y Orientación	<ul style="list-style-type: none"> • Flexibilidad en el personal. • Desgaste. • Sobre carga de trabajo u límite de tiempo. • El conflicto y la ambigüedad de los roles • Asesoría.

<p>PE₂: ¿De qué manera el estrés y la orientación del personal se relacionan con el nivel de ventas en la empresa H Motors S.A.?</p>	<p>OE₂: Describir el estrés y la orientación del personal y su relación con el nivel de ventas en la empresa H Motors S.A.</p>	<p>H₁₂: Conociendo si el estrés y la orientación del personal se relaciona positivamente con el nivel de ventas en la empresa H Motors S.A, entonces el personal brindara un trato adecuado y atención al cliente y aumentara la ganancia.</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Aclarar los pensamientos. • Comunicación.
<p>PE₃: ¿Cómo los incentivos se relacionan con el nivel de ventas en la empresa H Motors S.A.?</p>	<p>OE₃: Conocer de qué manera los incentivos se relacionan con el nivel de ventas en la empresa H Motors S.A.</p>	<p>H₁₃: Conociendo si los incentivos se relacionan positivamente con el nivel de ventas en la empresa H Motors S.A, entonces se creara un plan de compensaciones para el personal de la empresa.</p>		<p>Incentivos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivos Salariales. • Participación de Ganancias. • Salarios basados en Habilidades.

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
VENTAS	VENTAS ALTAS	Técnico N° 4: Análisis Documental Instrumento N°4: Ficha de registro de datos
	VENTAS BAJAS	Técnica N° 2: Entrevista Instrumento N°2: Guía de entrevista Técnica N° 3: Observación Instrumento N°3: Guía de observación

NIVEL/TIPOS	POBLACIÓN/MUESTRA	DISEÑO/MÉTODO	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
NIVEL: Descriptivo/correlacional.	La población del presente trabajo de investigación se conformó por 8 trabajadores que laboran en la empresa "H Motors S.A." Ubicada en la distrito de Huánuco.	El diseño del presente trabajo de investigación es no experimental, con su variante transaccional.	TÉCNICA 1: La encuesta. INSTRUMENTO: El cuestionario.
TIPOS: POR SU ALCANCE TEMPORAL, es sincrónica. POR SU MARCO, Es de campo. POR EL OBJETO DE ESTUDIO, Es disciplinar. SEGÚN LA PROFUNDIDAD, Es descriptivo/correlacional. POR EL OBJETO AL QUE SE REFIERE, Es institucional. POR SU CARÁCTER, Es cuantitativo. POR SU FUENTE, Es mixto (fuentes primarias y secundarias)	La muestra del siguiente trabajo de investigación se caracteriza por ser Muestra Poblacional, en razón de que se escogió como unidad de análisis a la empresa de "H Motors S.A." – Huánuco, teniendo como población a 9 trabajadores de la empresa. Constituyendo la muestra poblacional.	El método que se utilizará durante el desarrollo del presente trabajo de investigación es el Método Científico.	TÉCNICA 2: La entrevista. INSTRUMENTO: Guía de entrevista. TÉCNICA 3: La observación. INSTRUMENTO: Guía de observación.

