

MODELO DE MOTIVACIÓN PARA EL GRUPO DE VENTA MASIVOS EN
ALTIPAL PEREIRA

ANA MARÍA CARRILLO MONTERROSA

UNIVERSIDAD CATÓLICA POPULAR DEL RISARALDA

PROGRAMA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PRÁCTICAS PROFESIONALES

PEREIRA

Informe Final De Práctica Profesional

Modelo De Motivación Para El Grupo De Venta Masivos En Altipal Pereira

Ana María Carrillo Monterrosa

Alejandro Toro Jiménez

Administrador De Empresas

Especialista En Mercadeo

Tutor

Universidad Católica Popular Del Risaralda

Programa De Ciencias Económicas Y Administrativas

Administración De Empresas

Prácticas Profesionales

Pereira

TABLA DE CONTENIDO

Resumen	8
Abstract.....	8
Introducción.....	9
1. Presentación de la organización	10
1.1. Historia Altipal	10
1.2. Misión	11
1.3. Visión	11
1.4. Valores Corporativos.....	11
2. Diagnóstico del área de intervención.	13
3. Eje de intervención	14
4. Justificación.....	15
5. Objetivos.....	18
5.1. Objetivo general	18
5.2. Objetivos específicos	18
6. Marco Teórico	19
7. Cronograma de actividades planeadas.....	25

8. Presentación y Análisis de los Resultados.....	26
8.1. Canguritos Altipal	27
8.2. Análisis encuesta de motivación fuerza de venta Altipal Pereira	31
Conclusiones.....	40
Recomendaciones	42
Referencias	43
Apéndices	44

TABLA DE GRÁFICAS

Gráfica 1 Ambiente de trabajo	31
Gráfica 2 Laborar en Altipal.....	31
Gráfica 3 Relación con los compañeros de trabajo	32
Gráfica 4 Comunicación y coordinación con los jefes y directivos	32
Gráfica 5 Satisfacción con la trayectoria en la empresa.....	33
Gráfica 6 Conocimiento de la forma de trabajo	33
Gráfica 7 Orgullos de laborar en Altipal	34
Gráfica 8 Oferta de trabajo	34
Gráfica 9 Realizado con la labor en la empresa	35
Gráfica 10 Altipal brinda apoyo	35
Gráfica 11 Satisfecho en la empresa	36
Gráfica 12 Tiempo para compartir con la familia	36
Gráfica 13 Apoyo necesario para realizar actividades de educación	37
Gráfica 14 Posibilidades de acenso en Altipal	37
Gráfica 15 Beneficios para usted y su familia.....	37
Gráfica 16 Factores punto empresarial.....	38
Gráfica 17 Factores que punto personal.....	39

LISTA DE FOTOS

Foto 1 Canguritos Altipal.	29
Foto 2 Canguritos Altipal.	29
Foto 3 Canguritos Altipal.	30
Foto 4 Canguritos Altipal.	30
Foto 5 Canguritos Altipal.	30

LISTA DE APÉNDICES

Apéndices 1 Encuesta De Motivación Fuerza De Venta Altipal Pereira 44

Apéndices 2 Tabulación de la encuesta de motivación fuerza 50

Resumen

La globalización es la tendencia a la apertura de mercados donde el recurso humano de una organización necesita tener modelos y procesos para lograr agilidad, efectividad y competitividad en su labor, donde el trabajador en su empleo más que una remuneración busca oportunidades y beneficios para él y su familia. Todo esto hace que la administración del recurso humano sea compleja y que dentro de sus labores deba tener en cuenta el diseño de capacitaciones y oportunidades de desarrollo para mantenerlos motivados y que sean agentes completos eficientes y eficaces. Una organización en la actualidad compite estratégicamente a través de su personal.

Abstract

The globalization is the trend to the opening market where the human resource of an organization needs to have models and processes to achieve agility, efficiency and competitiveness in his labor, where the worker in his employment most that a remuneration looks for opportunities and benefits for him and his family. All that does that the administration of the human resource is complex and that inside his labors it should bear in mind the design of trainings and opportunities of development to keep them motivated and that they are complete efficient and effective agents. An organization at present competes strategically you dare of his personnel.

MODELO DE MOTIVACIÓN PARA EL GRUPO DE VENTA MASIVOS EN ALTIPAL PEREIRA

Introducción

Para Altipal el área comercial es parte fundamental de su funcionamiento ya que de ella depende en gran parte los ingresos que reciba como comercializadora, es por esto que la empresa debe contar con controles para verificar el estado de este espacio.

Se pretende obtener toda la eficiencia y eficacia de los vendedores para que el área comercial sea exitosa, es por esto q se habla de motivación a la fuerza de venta.

Para que un vendedor se encuentre motivado debe de estar satisfecho de lo que la empresa le brinda, más que un reconocimiento económico, debe de sentirse con posibilidades de crecimiento personal y es de gran importancia que sienta que tiene cubiertas sus necesidades básicas.

Se realizo por medio de técnicas de recolección de información como la observación y la encuesta directa.

Para Altipal una forma para empezar a hacerlo es fortalecer la parte de la fuerza de ventas ya que esto hace que la empresa mejore sus procesos internos y demás procedimientos generando mejores dividendos.

Es por esta razón que se vio la necesidad de realizar un modelo de motivación para la fuerza de venta en preventa de la empresa para contribuir al mejoramiento continuo, buscando de esta manera encontrar mejores beneficios para la organización.

1. Presentación de la organización

1.1. Historia Altipal

Altipal es una compañía que nace en 1960, en la ciudad de Apartado, departamento de Antioquia, como iniciativa de los hermanos *Alfonso* y *Tiberio PALacio*, quienes fusionando la primera sílaba de sus nombres y las tres primeras letras de su apellido, dieron origen al nombre de nuestra compañía; rápidamente nuestro fundadores convirtieron la compañía en el proveedor preferido de las fincas bananeras y las pequeñas tiendas de la época, evidenciando una clara vocación de servicio por el cliente y los proveedores.

En las siguientes tres décadas ALTIPAL se extiende por los departamentos de Antioquia y Norte del Chocó, con la apertura de nuevas sedes en Medellín y Turbo. y Finalmente, desde 1990, con el inicio de la operación en Bogotá, y gracias a la estrategia focalizada en pocos distribuidores y alta distribución, varios de nuestros proveedores apoyan la expansión de ALTIPAL a otros departamentos de Colombia. Lo cual nos lleva al día de hoy, en el cual nuestra compañía es reconocida por su seriedad, alto desempeño, tecnología, obsesión por el buen servicio y la calidad humana de nuestros trabajadores en todas las labores desempeñadas.

Dentro de su portafolio cuenta con marcas como son: Derby, Royal, Caribe, Alicorp, Protex, Palmolive, Alumina, Quaker, Ajax, Raid, Boston, Buchanan`s, Baygon, Axion, Philips, Depend, Huggies, Kotex, Triguisar, Proleche Parmalat, Team, Personnan, Scott, PielRoja, Colgate, Fruco, Glade, Scott, Speed Stick, Klennex, El Rey entre otras marcas.

En la actualidad las oficinas principales se encuentran en Bogotá D.C. en la Carrera 69b No. 19ª; la sucursal en la ciudad de Pereira se encuentra ubicado en la Antigua plaza de ferias zona industrial la macarena bodega 39.

1.2.Misión

ALTIPAL es una organización dedicada a la comercialización de productos y servicios, comprometida en satisfacer las necesidades de proveedores, clientes y consumidores, generando valor a los socios y contribuyendo al crecimiento de los empleados y la comunidad.

1.3. Visión

Ser la organización preferida para la comercialización de productos y servicios en Colombia.

1.4. Valores Corporativos

- Ética, Honestidad y Transparencia
- Pasión por el Cliente
- Orientación a los resultados
- Compromiso con el Factor Humano
- Compromiso con los Proveedores
- Vivir cada uno de nuestros valores

La organización pertenece al sector comercial la actividad a la cual se dedica es la distribución y comercialización de productos de la canasta familiar cuenta con un total de 140 trabajadores en el eje cafetero.

1.5. Organigrama



2. Diagnóstico del área de intervención.

El área comercial de una organización es la que se encuentra facultada de situar un bien o servicio en el mercado. Es el área en el cual se encuentra fundamentado principalmente el éxito de la organización ya que dependiendo de los resultados que genere dependerá los ingresos de la empresa.

Es por esto que es fundamental que toda organización cuente con un control de eficiencia y eficacia del área comercial que conozca el nivel de impacto con el que cuenta. Esta área se encuentra encargada generalmente de producir ingresos

El área comercial de Altipal es su principal fuente de ingresos en ella se encuentran los ejecutivos en ventas que son los encargados de dar a conocer a el mercado los productos con los que la empresa cuenta ofrecerlos y hacer que el cliente realice sus pedidos, también es el encargado de encontrar en el mercado nuevos clientes y de recibir el dinero por dicha venta.

El ejecutivo en ventas Altipal tiene que estar bien capacitado sobre el portafolio completo con el que cuentan para así poderlo ofrecer, tiene como compromiso cumplir un rutero establecido y pasar los pedidos a el área encargada para que sean despachados.

Para que el vendedor pueda realizar el proceso de venta la empresa le facilita un catálogo donde ese encuentran todas las características de cada uno de los productos con los que cuenta, conoce la capacidad para brindar descuentos en algunos artículos; de la mano con los proveedores se tiene muestras gratis para impulsar la venta del producto y también concursos para motivar a los clientes.

Para que un vendedor se encuentre motivado debe estar satisfecho de lo que la empresa le brinda, más que un reconocimiento económico, debe sentirse con posibilidades de crecimiento personal y es de gran importancia que sienta que tiene cubiertas sus necesidades básicas.

Las técnicas de recolección de información fueron la observación y la encuesta directa a los vendedores, por medio de estas se determinó que era necesario realizar un modelo de motivación para los vendedores de preventa.

La empresa Altipal Pereira S.A. cuenta con vendedores; en la parte de autoventa y en la de preventa. Por medio de las técnicas de recolección de información se pudo identificar que en el área más viable para iniciar a implementar este modelo es el de preventa ya que se pudo observar que esta área genera un mayor volumen en ventas y es así como se pretende generar un mayor impacto en la distribuidora.

3. Eje de intervención

Frente a los grandes cambios de la economía, las organizaciones deben ser más competitivas ya que el mercado es cambiante y el mundo globalizado lo exigen. Para Altipal una forma para empezar a hacerlo es fortalecer la parte de la fuerza de ventas internamente ya que esto hace que la empresa mejore sus procesos internos y demás procedimientos generando mejores dividendos para los dueños.

Es por esta razón que se vio la necesidad de realizar un modelo de motivación para la fuerza de venta en preventa de la empresa para contribuir al mejoramiento continuo, buscando de esta manera encontrar mejores beneficios para la organización.

La mayoría las personas trabajan por debajo de su verdadera capacidad esto a falta de encontrar incentivos personales. A mayor sea la motivación frente a el

vendedor, mayor será su esfuerzo y se traducirá en ventajas para la organización. Es así como la empresa realizaría una inversión buscando un gana gana que es satisfacción personales para el vendedor y incremento en utilidades para la organización.

Se busca que el vendedor se encuentre satisfecho por medio de ciertos incentivos como es la recompensa económica el cubrimiento de ciertas necesidades básicas como lo es el desarrollo personal, el sentido de logro, estímulos, respeto seguridad y reconocimiento.

Es de vital importancia que el área administrativa de la organización mantenga en permanente comunicación con sus vendedores que conozca sus verdaderas aspiraciones para así conocer con que capital humano se cuenta y qué medidas se deben tomar para el mejoramiento.

La empresa puede generar concursos para estimular la fuerza de venta, integraciones laborales y familiares, capacitaciones laborales y personales; actividades para el núcleo familiar del vendedor y posibilidades de préstamos a corto plazo con fácil asequibilidad.

Es así como se pretende intervenir en la empresa Altipal Pereira S.A. para implementar el modelo de motivación en los vendedores de preventa y generar mayores ingresos para la organización

4. Justificación

En la actualidad nos hallamos en un mundo globalizado, en el cual se debe ser fuerte ante una agresiva competencia, en donde se tiene que dar un adecuado manejo de los costos y generar un buen servicio a los consumidores lo cual es vital para lograr surgir, mantenerse y crecer en el mercado que compete.

La globalización es la tendencia a la apertura de mercados donde el recurso humano de una organización necesita tener modelos y procesos para lograr agilidad, efectividad y competitividad en su labor, donde el trabajador en su empleo más que una remuneración busca oportunidades y beneficios para él y su familia. Todo esto hace que la administración del recurso humano sea compleja y que dentro de sus labores deba tener en cuenta el diseño de capacitaciones y oportunidades de desarrollo para mantenerlos motivados y que sean agentes completos eficientes y eficaces. Una organización en la actualidad compite estratégicamente a través de su personal.

Es por esto que se justifica el desarrollo de un plan de motivación para la fuerza de venta de la empresa Altipal S.A. logrando que la organización haga que sus empleados sean realmente productivos que tomen decisiones apropiadas para conquistar nuevos mercados, tener mayor cobertura, aumento en ventas y logrando que sus clientes tengan gran satisfacción con los servicios brindados y los productos que adquieren; estando en contacto permanente con ellos, recogiendo sugerencias e inquietudes y así adquirir un proceso de mejora continua.

En la actualidad, obtener la total satisfacción del cliente es una exigencia necesaria para lograr ganarse un lugar en la mente de los clientes y por lo tanto en el mercado meta, es así como esto se ha convertido en el objetivo principal de todas las áreas funcionales de las organizaciones. Para lograr esto es de vital importancia que el personal que labora en la empresa y más aun si se tiene relación directa con los clientes se encuentre satisfecho y motivado con la labor que realiza.

Que la fuerza de venta se encuentre satisfecha hará que el trabajador sea leal con la organización, que la deserción de empleados disminuya, que este convencido de lo importante de su labor para la organización, que tenga un gran sentido de pertenecía

frete a ella y que encuentre posibilidades de crecimiento dentro de la misma organización.

Esto será transmitido por la fuerza de venta y hará que la organización logre tener la satisfacción del cliente obteniendo excelentes beneficios como lo es su lealtad, que generara posteriores ventas; un esparcimiento voz a voz generando nuevos consumidores y logrando que el cliente haga a un lado la competencia aumentando la participación en el mercado de la empresa Altipal S.A.

NOVEDAD: Altipal dentro de su programa no tiene implementado un modelo que motive a la fuerza de venta con el que cuenta generando, inconformismo, desmotivación, rotación frecuente de personal. Se busca implementar este modelo siendo esto novedoso dentro del mercado en el que la empresa se desenvuelve.

UTILIDAD: A mayor sea la motivación del vendedor, mayor será su esfuerzo y se traducirá en ventajas para la organización. Es así como la empresa realizaría una inversión buscando la satisfacción personal para el vendedor e incrementando las utilidades para la organización.

5. Objetivos

5.1. Objetivo general

Diseñar e implementar un modelo de motivación generando actividades que lo faciliten con el fin de aumentar la capacidad productiva de la fuerza de venta Masivos de la empresa Altipal Pereira

5.2. Objetivos específicos

Conocer las razones que impulsan Altipal para implementar un modelo de motivación para su fuerza de venta.

Determinar las actividades que pueden ser ejecutadas para la implementación del modelo de motivación.

Identificar los alcances reales que se puede tener el modelo de motivación en la fuerza de venta.

Conocer que aspectos motivan y hacen que sea más productiva la fuerza de venta en preventiva.

6. Marco Teórico

Para una organización adquirir sus empleados es de gran importancia ya que vienen siendo el motor de ella; lo que se busca es que sean el complemento uno del otro, que lo que busque la organización lo tenga el trabajador y el trabajador busca cierta estabilidad y beneficios a bien propio.

El ingreso de una persona en una organización es una especie de matrimonio, porque es el engranaje de dos historias: la del recién llegado y la de la organización; y no solo de la historia, sino también de las mutuas expectativas. (Rodríguez, 1999, pág. 230)

Para la organización, contar con un buen trabajador que se muestre satisfecho y motivado solo trae beneficios, se manifestara en la labor que ejerce dando gran productividad frente a este. “La motivación es la espina dorsal de su actividad directiva. El rendimiento que logre su personal estará siempre en función a la capacidad de cada quien, multiplicada por la respectiva motivación. En esta forma: $\text{rendimiento} = \text{capacidad} \times \text{motivación}$ ” (Rodríguez, 1999, pág. 230) según esta ecuación si la motivación es cero el rendimiento igual, y si encontramos signos de motivación reforzado por la capacidad el rendimiento del trabajador aumentara.

Para todo empleado de una organización en la cual se encuentra identificado y realizando las funciones de acuerdo con el cargo que desempeña, espera que sus superiores le reconozcan su eficiencia y productividad redimida, así se encontrarán a gusto en la organización y sabrá lo importante que es para ella. “En las empresas es muy importante la identificación con el propio trabajador; encontrar en él gusto y satisfacción, y derivar de él un orgullo profesional” (Rodríguez, 1999, pág. 230) Que un

trabajador se muestre total mente satisfecho ara que la organización valores más su trabajo.

“Un típico análisis de motivación tratara de identificar las características del trabajo capaces de hacer feliz o infeliz al trabajador” (Landy & Conte, 2005, pág. 630) Evaluar el desempeño es una de las actividades más consideradas e importantes que enfrenta un jefe que tenga personal a su cargo. Hacerlo en forma justa, objetivamente y no en evaluaciones de manera subjetivas.

“La motivación es el alma de las organizaciones laborales. La motivación de signo positivo o negativo, puede vencer las peores condiciones o derrotar los mejores propósitos y las más refinadas técnicas de los consejos directivos” (Rodriguez, 1999, pág. 230) Lograr que dentro de la organización cuenten con planes de motivación es de gran importancia, ya que se busca la satisfacción del trabajador, que sea realmente productivo, traduciéndose a mas ingresos para la empresa. Si un trabajador no responde a las actividades de motivación y no se ve satisfecho; realmente no sirve para la organización ya q lo que realmente puede estar sucediendo es que la actividad para la que fue contratado no esté dentro de sus intereses ni gustos.

Dentro de la organización debe de existir una relación de iguales donde la empresa idea actividades para la satisfacción de sus empleados y los empleados se esfuerzan para logar ser realmente productivos y buenos elementos para la empresa. “La motivación laboral solo puede tener sentido dentro del contexto de una vida rica y compleja, en la que exista fuerza que compiten con el lugar de trabajo por el tiempo y el esfuerzo” (Landy & Conte, 2005, pág. 630)

Las organizaciones deben de identificar lo que verdaderamente satisface al trabajador en todas las aéreas, y de manera justa se debe implantar las actividades que

debe llevar a cabo. “La mayoría de modelos motivacionales son hedonistas en cierto nivel. Asumen que los individuos buscan condiciones de placer sobre condiciones de dolor” (Landy & Conte, 2005, pág. 630) Dentro de las actividades que organización realicen para la motivación de su personal debe de encontrarse el trato justo frente a la labor que desempeña.

La motivación laboral radica esencialmente en defender culturas y valores corporativos que lleven a un alto desempeño, por esto es necesario pensar en qué puede hacer la organización para estimular a los trabajadores a dar lo mejor de ellos, en tal forma que favorezca tanto los intereses de la organización como los suyos propios. “Un típico análisis de motivación tratara de identificar las características del trabajo capaces de hacer feliz o infeliz al trabajador” (Landy & Conte, 2005, pág. 630)

Motivo, es la palabra raíz de motivación; implica una necesidad por el deseo, que indique la acción del vendedor por satisfacer las necesidades.

Motivar, significa activar, indicar, causar impulsar, entre otras.

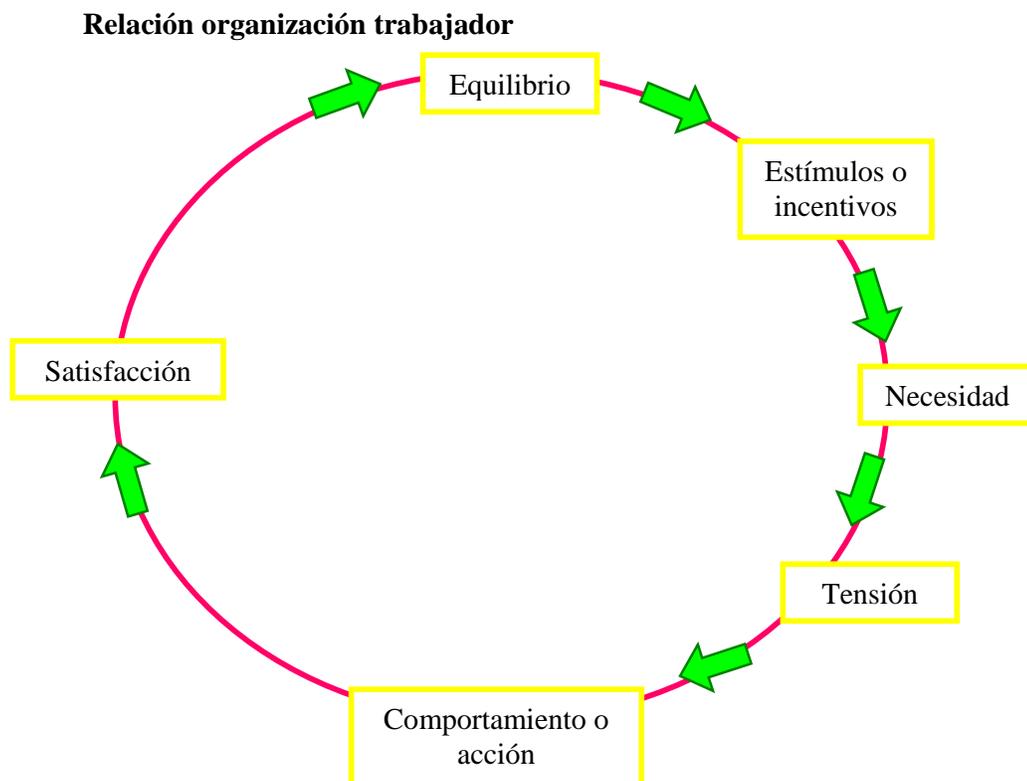
Motivador, por ejemplo razón, necesidad, deseo o motivo.

Motivación, es la condición de estar motivado, también implica ambición, deseo, empuje, inspiración, incentivo, estímulo, entre otras. (Soto J, Raigosa B, & Ceballos Z, 2005, pág. 80)

Para una empresa comercializadora la base fundamental se encuentra en sus vendedores es por esto que es necesario identificar su necesidades contribuyendo al mejoramiento continuo, buscando de esta manera mejores beneficios para la organización. Es trascendental que la organización se mantenga en constante comunicación con la fuerza de venta con la que se cuenta.

Este tipo de teorías busca orientar al administrador en ventas a reconocer las necesidades de sus vendedores y a través de un plan de motivación, fijar la mejor manera de cómo ellos puedan satisfacer las necesidades descubiertas; así se sentirán motivados a continuar con su trabajo y a los ritmos de eficiencia deseados. (Soto J, Raigosa B, & Ceballos Z, 2005, pág. 80)

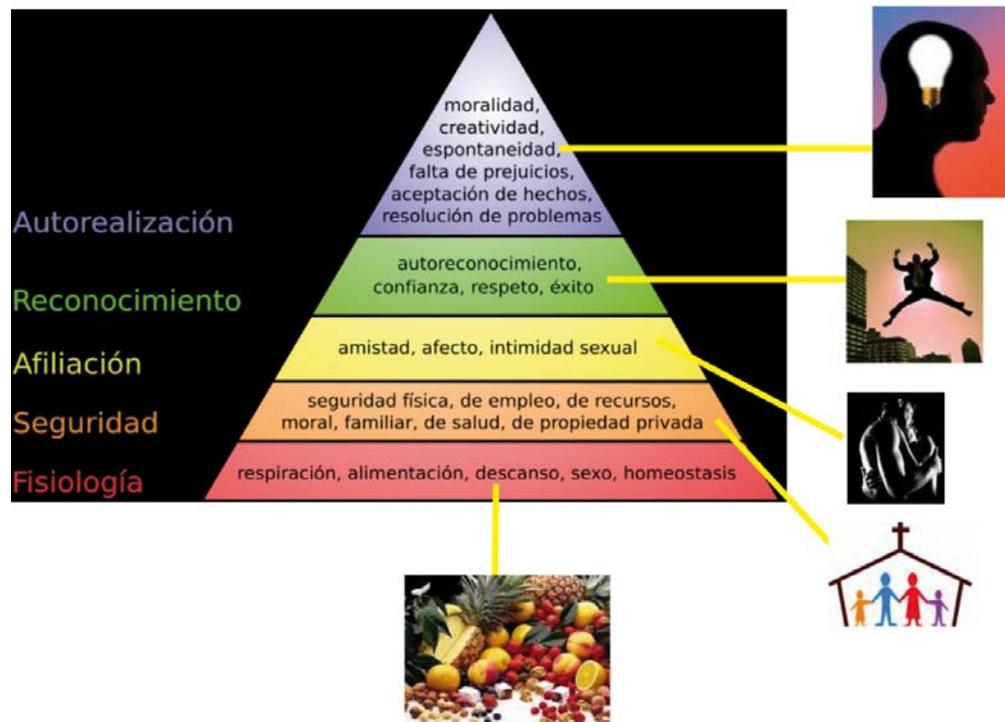
La motivación laboral son estímulos que recibe el trabajador que lo guían a desempeñarse de mejor o peor manera en su trabajo, los estímulos pueden cubrir tanto a el mismo como familiares o seres queridos, con beneficios para estos como de estudio y crecimiento personal.



(Soto J, Raigosa B, & Ceballos Z, 2005, pág. 80)

En la grafica de se muestra un proceso de funcionamiento de las actividades de motivación dentro de la organización. Donde primero hay un equilibrio frente a lo que da y se recibe por parte y parte de la empresa y del trabajador en lo cual debe ser directamente proporcional donde debe de haber equidad. Se deben realizar los estímulos e incentivos por parte de la organización reconociendo las necesidades con las que realmente cuenta sus empleados; frente a esto se encuentra una tensión u elasticidad que es hasta donde cada una de las partes puede ceder a las peticiones uno del otro lo que se busca es que sea razonable y justo para las partes. Ya realizado esto se debe ver las respuestas de las actividades que se han llevado a cabo donde se observa el comportamiento que no en todas las ocasiones es positivo; se realizan modificaciones y se llega al objetivo final que es la satisfacción de ambas partes.

PIRÁMIDE DE MASLOW



(Marketing, 2009)

Se busca que el vendedor se encuentre satisfecho por medio de ciertos incentivos como es la recompensa económica el cubrimiento de ciertas necesidades básicas como lo es el desarrollo personal, el sentido de logro, estímulos, respeto seguridad y reconocimiento.

Las necesidades fisiológicas, son las básicas de todo ser humano. Las necesidades de seguridad son las que una persona debe en pesar a buscar en el ambiente que lo rodea, que busca ser cubiertas primariamente para tenerse confianza y buscar un crecimiento personal. Las necesidades de afiliación, están dadas al relacionarse con otras personas con actividades laborales, deportivas y de recreación.

Las necesidades de reconocimiento, son frente a su propia estimación es decir primero sentirse satisfecho el mismo y luego ser reconocido por las personas que lo rodean, donde el ser busca el éxito. Son las necesidades más exaltadas, se encuentran a través de la satisfacción. Se llega a ésta cuando todos los niveles anteriores han sido alcanzados. Y se encuentra orgulloso de las actividades que realiza como ser pensante.

El mercado de trabajo se ha transformado y en la actualidad la retribución ha dejado de ser el elemento principal a tener en cuenta a la hora de seleccionar un puesto dejando paso a otras consideraciones como la flexibilidad, las medidas de conciliación, el desarrollo personal... Estos elementos conforman lo que se denomina salario emocional. (Vettorello, 2009)

8. Presentación y Análisis de los Resultados

Al verificar el estado de la empresa Altipal Pereira, se proyectaron unas actividades, en busca de la motivación y satisfacción del personal de la organización:

-Capacitaciones para la fuerza de venta: mejoramiento de ventas, atención al cliente, crecimiento personal.

-Canguritos Altipal: actividades de música, pintura, cocina para los hijos vendedores.

-Mamas Altipal: costura, cocina.

-Encuesta de motivación fuerza de venta Altipal Pereira.

Canguritos Altipal y la encuesta de motivación a la fuerza de venta de la empresa; fueron las actividades llevadas a cabo.

8.1. Canguritos Altipal

Lo que se busca con la actividad es demostrarle a la fuerza de venta la importancia que tiene los hijos para la empresa; ya que es uno de sus principales motivadores para el vendedor. Y se pretende que los hijos estén más involucrados en la actividad diaria de sus padres.

Lugar: empresa.

Día: sábado

Invitados: Hijos de los empleados entre 3 y 12 años.

Actividades:

Recreación

Refrigerio

Dibujo

Materiales:

Colores

Temperas

Plastilina

Pegante

Cartulina

Escarcha.

Para realizar este evento se llevan a cabo 3 Categorías:

-3 a 6

-6 a 9

-9 a 12

El tema elegido para manejar con los niños por la empresa fue LA HONESTIDAD.

Los niños realizaron dibujos, donde demostraron toda su creatividad y destrezas.

Se realizaron una serie de actividades:

Al ingresar a la empresa se les marcaron las carita con temperas haciéndoles dibujitos. Se les realizo carnets con los nombres de cada uno. Fueron recibidos con dulces.

Luego se realizo la presentación de los niños con una actividad.

“Mi nombre es María Fernanda de la cabeza para arriba y de la cabeza para abajo soy una mariposa...”

Todos los niños debían de presentasen así y tratar de recordar las presentaciones de los compañeritos. El niño que logro recordar todos los nombre recibió un premio. Luego se realizaron actividades de baile. Colocarle la oreja a el canguro logo de la empresa.

Al final de la actividad se dejo que los niños con toda se creatividad y los materiales dados decoraran a el canguro Altipal.

De refrigerio a los niños se les dio obleas, gaseosa y helado.

En toda la actividad se puede observar la alegría tanto de los niños como de los padres. Todos se esforzaron y se logró involucrar a los canguritos Altipal con la actividad que realiza sus padres.



Foto 1 Canguritos Altipal.



Foto 2 Canguritos Altipal



Foto 3 Canguritos Altipal.

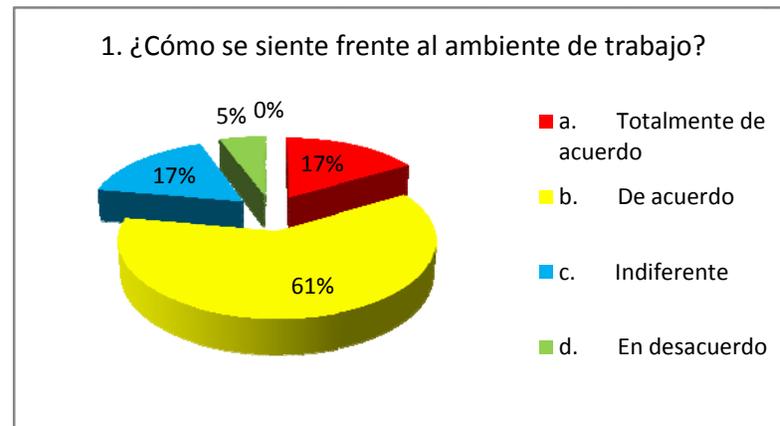


Foto 4 Canguritos Altipal.



Foto 5 Canguritos Altipal.

8.2. Análisis encuesta de motivación fuerza de venta Altipal Pereira



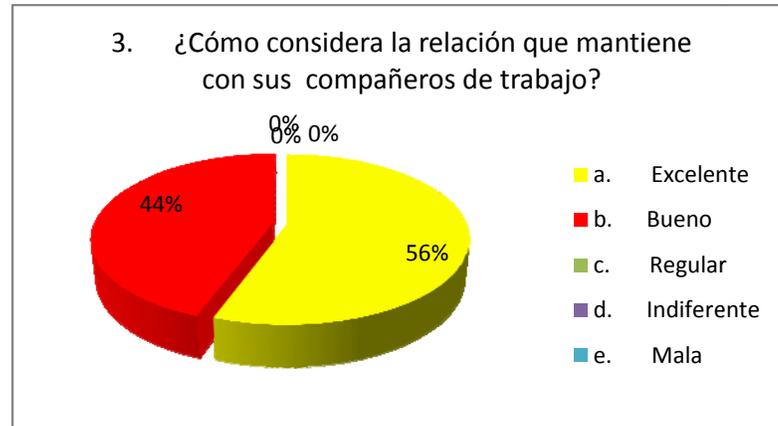
Gráfica 1 Ambiente de trabajo

Aunque de que el 61% de encuestados se encuentran de acuerdo con el ambiente de trabajo se puede observar, que la satisfacción no es completa, se ve inconformidad en el ambiente de trabajo por algunos trabajadores.



Gráfica 2 Laborar en Altipal

El 100% de los encuestados les gusta trabajar en Altipal. Esto demuestra que quieren a la empresa y se encuentran satisfechos con la labor que tiene a su cargo. Dicen que: se sienten respaldado, cuentan con crecimiento personal, es una empresa sólida, estabilidad laboral, es una empresa que tiene experiencia y reconocimiento en el mercado.



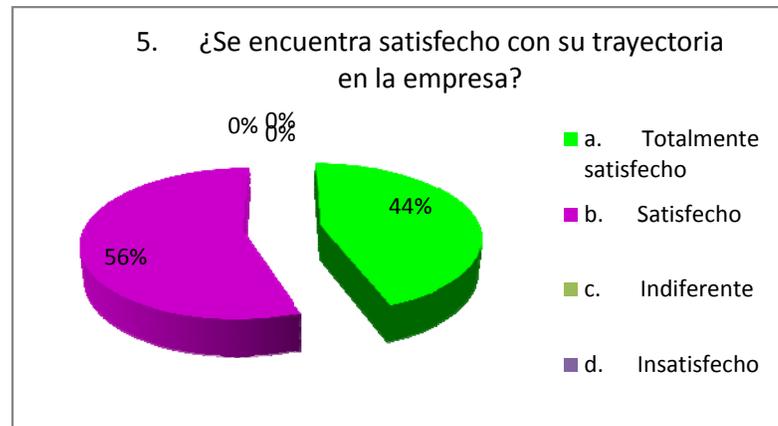
Gráfica 3 Relación con los compañeros de trabajo

En general el compañerismo en la empresa se encuentra presente en su totalidad los trabajadores se encuentran satisfechos con las relaciones interpersonales que maneja con sus compañeros en un rango mas de excelente que bueno.



Gráfica 4 Comunicación y coordinación con los jefes y directivos

Frente a la comunicación con los superiores los encuestados no muestran total satisfacción, al punto de haber evaluado como regular un 11%. Un 50% de los encuestados considera que es buena y tan solo un 39% que es excelente. Para la organización debe de ser un punto a tomar medidas ya que puede ser degenerativo y la comunicación trabajador organización es de vital importancia para el éxito.



Gráfica 5 Satisfacción con la trayectoria en la empresa

En la totalidad de los encuestados se encuentran satisfechos en la trayectoria que llevan en la organización. Un 44% se encuentra totalmente satisfecho y un 56% satisfecho.



Gráfica 6 Conocimiento de la forma de trabajo

El 89% de los encuestados siendo la mayoría aseguran ingresar a laborar en Altipal teniendo desde el principio conocimiento de la forma de trabajo, por la solidez de la empresa las posibilidades de ascenso, por adquirir experiencia. Tan solo un 11% lo pone en duda.



Gráfica 7 Orgullos de laborar en Altipal

El 100% de los encuestados se encuentran orgullosos de laborar en Altipal por ser una empresa reconocida a nivel regional y nacional, porque es una empresa de trayectoria donde han encontrado beneficios y porque se sienten identificados con la labor que realizan.



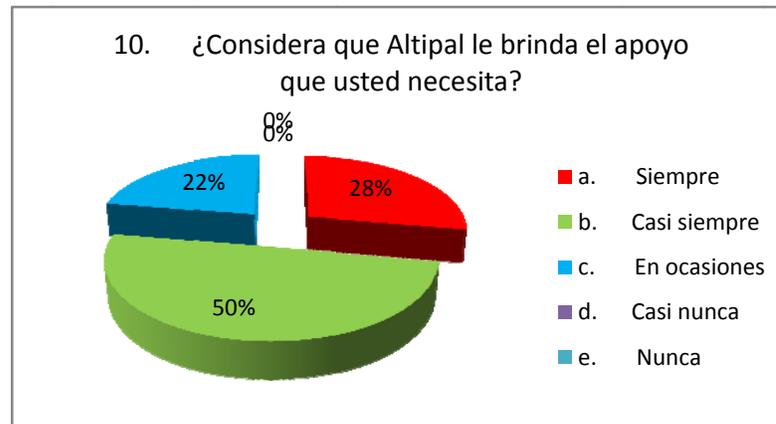
Gráfica 8 Oferta de trabajo

El 83% de encuestados, si tuvieran otra oferta de trabajo con igual remuneración no se irían de la empresa porque se sienten seguros y estables laborando en Altipal, porque dentro de la empresa cuentan con la oportunidad de crecer profesionalmente. Tan solo un 17% consideran que tal vez se irían lo harían por buscar nuevas experiencias y por tener más tiempo con sus familias.



Gráfica 9 Realizado con la labor en la empresa

El 83% se siente realizado con la labor que realiza en la empresa aunque esta es la mayoría, se puede notar que no hay una total satisfacción entre los que contestaron que no que es una cantidad significativa de un 11% y los que contestaron que no uno 6%.



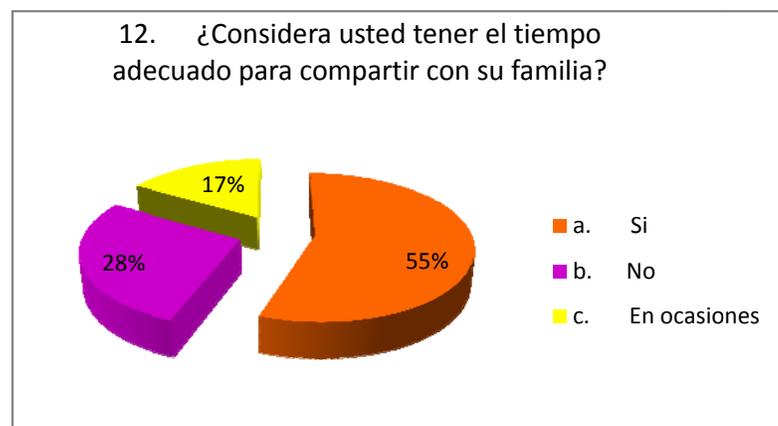
Gráfica 10 Altipal brinda apoyo

Frente al apoyo que le brinda la empresa los encuestados no se encuentran satisfechos. Los vendedores dicen que las actividades laborales asignadas requieren de mucho tiempo, quitándole tiempo a otras actividades que ellos quisieran realizar.



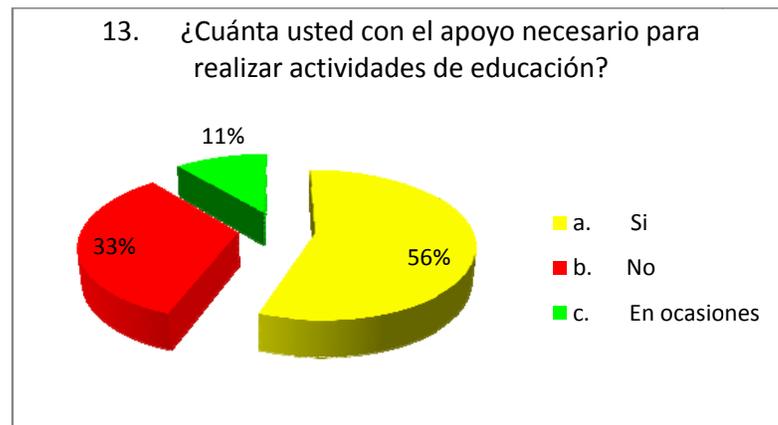
Gráfica 11 Satisfecho en la empresa

Se puede observar que gran parte con un 61% de los vendedores encuestados no se encuentren totalmente satisfechos, tan solo un 39% lo están; la organización no se puede conformar con esto; se debe estudiar y buscar la manera de que todos o en su mayoría se encuentren totalmente satisfechos.



Gráfica 12 Tiempo para compartir con la familia

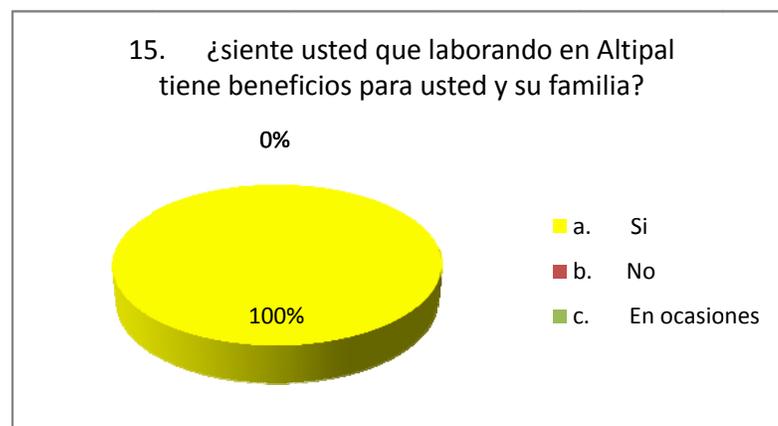
Dentro de la encuesta fue uno de los temas de más discusión donde algunos quisieran contar con más tiempo para estar con sus familias ya que su labor no se los permite. Un 55% considera que tiene el adecuado para compartir con su familia, aun así es un gran porcentaje los que no están totalmente satisfechos entre los que considera que no y lo piensan que en ocasiones.



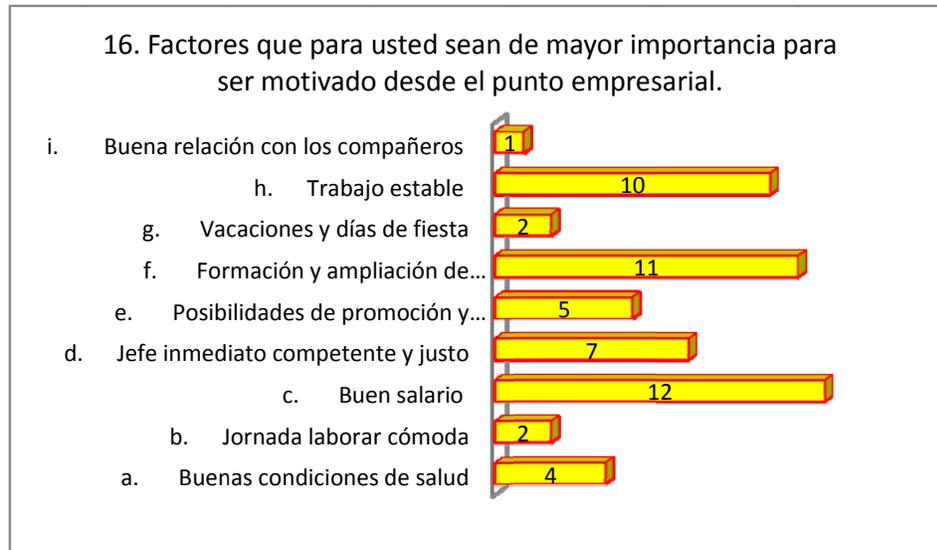
Gráfica 13 Apoyo necesario para realizar actividades de educación



Gráfica 14 Posibilidades de ascenso en Altipal

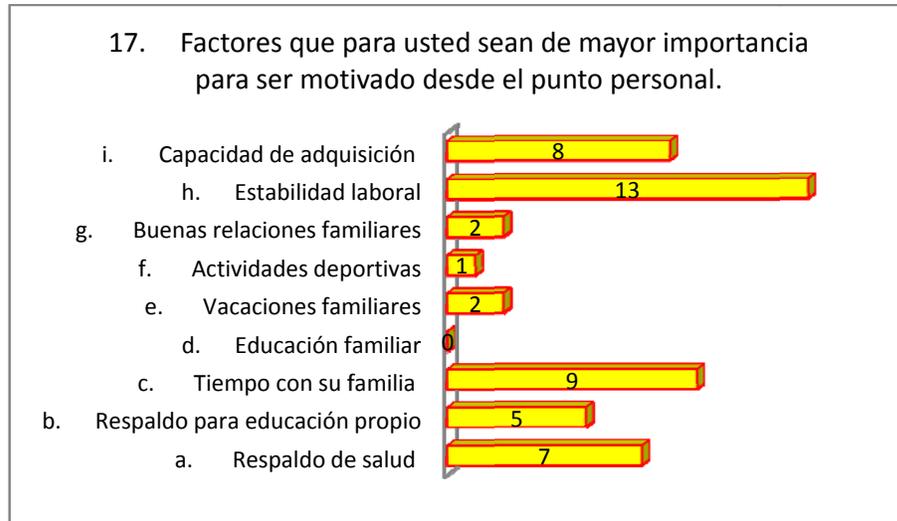


Gráfica 15 Beneficios para usted y su familia



Gráfica 16 Factores punto empresarial.

Los aspectos que motivan y hacen que sea más productiva la fuerza de venta desde el punto empresarial: como primera medida se encuentra contar con un buen salario, en segunda esta la formación y ampliación de conocimiento y en tercera se encuentra contar con un trabajo estable. Siendo estos los tres factores con mayor importancia.



Gráfica 17 Factores que punto personal.

Los aspectos que motivan y hacen que sea más productiva la fuerza de venta desde el punto personal: como primera medida se encuentra contar con estabilidad laboral, el segundo factor es contar con tiempo con las familias y en tercera se encuentra contar con una buena capacidad de adquisición. Siendo estos los tres factores con mayor importancia.

Conclusiones

La razón por la cual las organizaciones buscan tener modelos de motivación en ella, es el aumento en las ventas, encontrar formas de que sus empleados de todo el esfuerzo para que el rendimiento sea el mayor posible.

Las organizaciones fallan al no tener personal capacitado, que verifique las verdaderas necesidades que tiene el trabajador para así mirar donde puede intervenir la empresa y organizar un plan de motivación funcional para ella.

Las actividades propuestas para ser ejecutadas fueron: Capacitaciones para la fuerza de venta, Canguritos Altipal, Mamás Altipal y una Encuesta de motivación fuerza de venta. De dichas actividades por procesos de aprobación de la empresa, y tiempo solo fueron llevadas a cabo dos. Canguritos y la encuesta de motivación.

Que la fuerza de venta se encuentre satisfecha hará que el trabajador sea leal con la organización, que la deserción de empleados disminuya, que este convencido de lo importante de su labor para la organización, que tenga un gran sentido de pertenecía dentro de ella. Trayendo para la organización la conquista de nuevos mercados, teniendo una mayor cobertura y un aumento en ventas.

Los aspectos que motivan y hacen que sea más productiva la fuerza de venta desde el punto empresarial: como primera medida se encuentra contar con un buen salario, en segunda la formación y ampliación de conocimiento y en tercera se encuentra contar con un trabajo estable. Siendo estos los tres factores con mayor importancia.

Los aspectos que motivan y hacen que sea más productiva la fuerza de venta desde el punto personal: como primera medida se encuentra contar con estabilidad laboral, el segundo factor es contar con tiempo con las familias y en tercera se encuentra contar con una buena capacidad de adquisición. Siendo estos los tres factores con mayor importancia.

A mayor sea la motivación del vendedor, mayor será su esfuerzo y se traducirá en ventajas para la organización. Es así como la empresa realizaría una inversión buscando la satisfacción personal para el vendedor e incrementando las utilidades para la organización.

Recomendaciones

Altípal dentro de su modelo organizativo debería incluir un modelo de motivación estable que investigué las verdaderas necesidades de la fuerza de ventas para así lograr la satisfacción de ella, y utilizarla como defensa ante la competitividad.

Seleccionar el personal adecuado que sea competente para ejercer la labor de ventas, que realmente le guste y sepa atender el público, que no tenga problemas en el momento de relacionarse.

Tener dentro de la organización un plan para una constante comunicación con sus empleados sin importar la antigüedad que tengan en ella. Así lograra conocer las expectativas de cada uno y que ellos tengan claro lo que la empresa espera de su labor.

Identificar las habilidades de los trabajadores, para recibir provecho de estas y hacer sentir al colaborador verdaderamente útil para la empresa.

Referencias

Landy, F. J., & Conte, J. M. (2005). Psicología Industrial. En F. J. Landy, *Psicología Industrial: Introducción a la psicología industrial y organizacional*. (pág. 630). Mexico: Mc Graw Hill.

Marketing, B. d. (28 de 05 de 2009). *El Ingeniero del Marketing*. Recuperado el 23 de 04 de 2010, de El Ingeniero del Marketing: <http://elingenierodelmarketing.com/2009/05/28/piramide-de-maslow/>

Rodriguez, E. M. (1999). Psicología de la Organización. En M. R. Estrada, *Psicología de la Organización: Manual de seminarios vivenciales* (pág. 230). Mexico: Editorial Trillas.

Soto J, G. J., Raigosa B, J. A., & Ceballos Z, N. (2005). La motivacion en equipos de ventas. En G. J. Soto J, J. A. Raigosa B, & N. Ceballos Z, *La motivacion en equipos de ventas: Planes de incentivos* (pág. 80). MEDELLON: Universidad EAFIT.

Vettorello, S. (14 de 05 de 2009). *abc Recursos Humanos* . Recuperado el 23 de 05 de 2010, de abc Recursos Humanos : <http://abcrecursoshumanos.blogspot.com/2009/05/la-importancia-de-la-motivacion-laboral.html>

Apéndices

Apéndices 1 ENCUESTA DE MOTIVACION FUERZA DE VENTA ALTIPAL

PEREIRA

Objetivo: Identificar como se sienten los vendedores frente a la empresa Altipal y conocer detalles que los pueden hacerse sentir motivados en la labor que ejercen.

Nota: No es necesario indicar su nombre; la encuesta no conlleva a ningún riesgo, el proceso será estrictamente confidencial. Trate de contestar lo más sinceramente posible; lea todo el documento antes de contestar. Gracias.

Marque con una X sobre la opción deseada.

1. ¿Cómo se siente frente al ambiente de trabajo?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Indiferente
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente desacuerdo

2. ¿Le gusta laborar en Altipal?

- a. Si
- b. No
- c. En ocasiones

¿Porqué? _____

3. ¿Cómo considera la relación que mantiene con sus compañeros de trabajo?

- a. Excelente
- b. Bueno
- c. Regular
- d. Indiferente
- e. Mala

4. ¿Cómo considera la comunicación y coordinación con los jefes y directivos?
- Excelente
 - Bueno
 - Regular
 - Indiferente
 - Mala
5. ¿Se encuentra satisfecho con su trayectoria en la empresa?
- Totalmente satisfecho
 - Satisfecho
 - Indiferente
 - Insatisfecho
 - Totalmente insatisfecho
6. ¿De tener conocimiento desde el principio como era la forma de trabajo de Altipal hubiera ingresado a laborar en ella?
- Si
 - No
 - Tal vez

¿Porqué? _____

7. ¿Se siente orgulloso e integro de laborar en Altipal?
- Si
 - No
 - En ocasiones

¿Porqué? _____

8. ¿Si tuviera otra oferta de trabajo con igual remuneración se iría de Altipal?
- Si
 - No
 - Tal vez

¿Porqué? _____

9. ¿Se siente realizado con la labor que emplea en la empresa
- Si
 - No
 - En ocasiones
10. ¿Considera que Altipal le brinda el apoyo que usted necesita?
- Siempre
 - Casi siempre
 - En ocasiones
 - Casi nunca
 - Nunca
11. ¿Qué tan satisfecho se encuentra en la empresa?
- Totalmente de satisfecho
 - Satisfecho
 - Indiferente
 - Insatisfecho
 - Totalmente insatisfecho
12. ¿Considera usted tener el tiempo adecuado para compartir con su familia?
- Si
 - No
 - En ocasiones
13. ¿Cuánta usted con el apoyo necesario para realizar actividades de educación?
- Si
 - No
 - En ocasiones
14. ¿Considera usted que tiene posibilidades de ascenso en Altipal?
- Si
 - No
 - Tal vez
15. ¿siente usted que laborando en Altipal tiene beneficios para usted y su familia?
- Si
 - No
 - En ocasiones

16. Seleccione 3 factores que para usted sean de mayor importancia para ser motivado desde el punto empresarial.

- a. Buenas condiciones de salud
- b. Jornada laboral cómoda
- c. Buen salario
- d. Jefe inmediato competente y justo
- e. Posibilidades de promoción y desarrollo
- f. Formación y ampliación de conocimiento
- g. Vacaciones y días de fiesta
- h. Trabajo estable
- i. Buena relación con los compañeros

17. Seleccione 3 factores que para usted sean de mayor importancia para ser motivado desde el punto personal.

- a. Respaldo de salud
- b. Respaldo para educación propio
- c. Tiempo con su familia
- d. Educación familiar
- e. Vacaciones familiares
- f. Actividades deportivas
- g. Buenas relaciones familiares
- h. Estabilidad laboral
- i. Capacidad de adquisición

18. Retroceda momentáneamente en el tiempo hasta el día y momento en el que usted experimento una gran satisfacción por algo en relación con su trabajo. Y también ese otro momento en que se sintió extremadamente descontento por algo relacionado asimismo con su vida laboral.

Piense unos momentos y escriba brevemente lo que pasó, en los espacios en blanco.

- a. Por favor, describa un hecho que a lo largo de su vida de trabajo (bien en su empresa actual o en otra anterior) le haya producido una gran satisfacción, o la mayor satisfacción que recuerde:



- b. Describa asimismo un hecho de su vida laboral que le haya provocado una gran insatisfacción o disgusto:



19. Ahora retroceda en el tiempo hasta el día y momento en el que usted experimento una gran satisfacción por algo en relación con su vida personal Y también ese otro momento en que se sintió extremadamente descontento por algo relacionado asimismo con su vida personal.

Piense unos momentos y escriba brevemente lo que pasó, en los espacios en blanco.

- a. Por favor, describa un hecho que a lo largo de su vida personal le haya producido una gran satisfacción, o una gran alegría:



- b. Describa asimismo un hecho de su vida personal que le haya provocado una gran insatisfacción o disgusto:



*Consentimiento informado:

Teniendo en cuenta que es este formato ha sido desarrollado con fines investigativos para la empresa Altípal Pereira. El estudio no conlleva ningún riesgo y el participante no recibe ningún beneficio, el proceso será estrictamente confidencial. Sus datos no serán registrados ni utilizados en ningún informe cuando los resultados sean publicados.

Apéndices 2 Tabulación de la encuesta de motivación fuerza de venta Altipal
Pereira

1. ¿Cómo se siente frente al ambiente de trabajo?	
a. Totalmente de acuerdo	3
b. De acuerdo	11
c. Indiferente	3
d. En desacuerdo	1
e. Totalmente desacuerdo	0
Total	18

2. ¿Le gusta laborar en Altipal?	
a. Si	18
b. No	0
c. En ocasiones	0
Total	18

3. ¿Cómo considera la relación que mantiene con sus compañeros de trabajo?	
a. Excelente	10
b. Bueno	8
c. Regular	0
d. Indiferente	0
e. Mala	0
TOTAL	18

4. ¿Cómo considera la comunicación y coordinación con los jefes y directivos?	
a. Excelente	7
b. Bueno	9
c. Regular	2
d. Indiferente	0
e. Mala	0
TOTAL	18

5. ¿Se encuentra satisfecho con su trayectoria en la empresa?	
a. Totalmente satisfecho	8
b. Satisfecho	10
c. Indiferente	0
d. Insatisfecho	0
e. Totalmente insatisfecho	0
TOTAL	
	18

6. ¿De tener conocimiento desde el principio como era la forma de trabajo de Altipal hubiera ingresado a laborar en ella?	
a. Si	16
b. No	0
c. Tal vez	2
TOTAL	
	18

7. ¿Se siente orgulloso e integro de laborar en Altipal?	
a. Si	18
b. No	0
c. En ocasiones	0
TOTAL	
	18

9. ¿Se siente realizado con la labor que emplea en la empresa?	
a. Si	15
b. No	2
c. En ocasiones	1
TOTAL	
	18

10. ¿Considera que Altipal le brinda el apoyo que usted necesita?	
a. Siempre	5
b. Casi siempre	9
c. En ocasiones	4
d. Casi nunca	0
e. Nunca	0
TOTAL	
	18

11. ¿Qué tan satisfecho se encuentra en la empresa?	
a. Totalmente de satisfecho	7
b. Satisfecho	11
c. Indiferente	0
d. Insatisfecho	0
e. Totalmente insatisfecho	0
TOTAL	18

12. ¿Considera usted tener el tiempo adecuado para compartir con su familia?	
a. Si	10
b. No	5
c. En ocasiones	3
TOTAL	18

13. ¿Cuánta usted con el apoyo necesario para realizar actividades de educación?	
a. Si	10
b. No	6
c. En ocasiones	2
TOTAL	18

14. ¿Considera usted que tiene posibilidades de acenso en Altipal?	
a. Si	12
b. No	2
c. Tal vez	4
TOTAL	18

15. ¿siente usted que laborando en Altipal tiene beneficios para usted y su familia?	
a. Si	18
b. No	0
c. En ocasiones	0
TOTAL	14

16. Seleccione 3 factores que para usted sean de mayor importancia para ser motivado desde el punto empresarial.	
a. Buenas condiciones de salud	4
b. Jornada laboral cómoda	2
c. Buen salario	12
d. Jefe inmediato competente y justo	7
e. Posibilidades de promoción y desarrollo	5
f. Formación y ampliación de conocimiento	11
g. Vacaciones y días de fiesta	2
h. Trabajo estable	10
i. Buena relación con los compañeros	1

17. Seleccione 3 factores que para usted sean de mayor importancia para ser motivado desde el punto personal.	
a. Respaldo de salud	7
b. Respaldo para educación propio	5
c. Tiempo con su familia	9
d. Educación familiar	0
e. Vacaciones familiares	2
f. Actividades deportivas	1
g. Buenas relaciones familiares	2
h. Estabilidad laboral	13
i. Capacidad de adquisición	8