



**República del Ecuador**  
**Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil**

**Trabajo de Titulación**  
**Para la Obtención del Título de:**  
**Licenciada en Gestión del Talento Humano.**

**Tema:**  
**Influencia de la motivación laboral y su incidencia en la**  
**productividad del área de post venta de un concesionario de**  
**vehículos.**

**Autora:**  
**Vanessa Mercedes Tamayo Bajaña**

**Director de Trabajo de Titulación:**  
**Ing. Sedolfo Carrasquero Ferrer. Ph.D.**

**2024**  
**Guayaquil-Ecuador**

## **AGRADECIMIENTO**

Este peldaño más de mis metas, quiero agradecer principalmente a Dios, quien me ha dado fuerza para continuar en este trascurso importante de mi vida.

A mi madre, Nancy, quien siempre me ha brindado su apoyo incondicional para poder cumplir con todos mis objetivos personales y académicos, con tu fortaleza y cariño me ha impulsado a continuar a pesar de las diversidades.

A Gino, mi amigo, novio y compañero incondicional, eres la persona quien gracias a tu compañía he permanecido de pie en este largo camino académico, te recuerdo que siempre me inspiras, motivas y ayudas a crecer como persona y ahora como profesional, gracias Amor.

A mi tutor, gracias por su guía y acompañamiento intelectual, sin sus consejos y correcciones no hubiera podido lograr esta instancia tan anhelada.

Finalmente, a todos quienes me han permanecido conmigo hasta ahora, ustedes han sido soporte para mi camino universitario, gracias, mil veces gracias.

## **DEDICATORIA**

A la mujer quien me ha enseñado el significado del amor, tu presencia en mi vida es un regalo invaluable. Te amo mamá, este logro es nuestro.

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Vanessa Mercedes Tamayo Bajaña, el Trabajo de Titulación, “**Influencia de la motivación laboral y su incidencia en la productividad del área de post venta de un concesionario de vehículos.**” previo a la obtención del **Título de Licenciado en Gestión del Talento Humano**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías.

Consecuentemente este trabajo es de total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

---

Vanessa Mercedes, Tamayo Bajaña

# **INFLUENCIA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL Y SU INCIDENCIA EN LA PRODUCTIVIDAD DEL ÁREA DE POST VENTA DE UN CONCESIONARIO DE VEHÍCULOS.**

Vanessa Mercedes Tamayo Bajaña  
vaneetamayob@gmail.com

## **RESUMEN**

El mundo laboral se transforma en una parte esencial del ser humano, es así que es importante que el colaborador se encuentre motivado en su espacio laboral, ya que puede dar consecuencias positivas en el: compromiso, lealtad y respeto en la misión y visión de la empresa, lo finalmente lograr conseguir la eficacia en la productividad. El objetivo general fue establecer la influencia que tiene la satisfacción laboral en la productividad del área de post venta de un concesionario de vehículos ubicado en la ciudad de Guayaquil. Por otro lado, en este trabajo investigativo tuvo nivel comprensivo, alcance relacional – proyectivo, ya que su objetivo principal consiste en indagar las razones que hay detrás de la motivación laboral en la productividad del área de post venta de un concesionario de vehículos, de diseño de campo transaccional contemporáneo, y con enfoque cualitativo ya que la técnica utilizada se apoyó con encuestas. Por lo tanto, los resultados demostraron que la concesionaria de vehículos el nivel de promedio es media a igual que la satisfacción; más, sin embargo, es importante tomar atención ya que el grupo de asesores de servicios están dentro de un nivel mucho menor de satisfacción a diferencia que el grupo de técnicos automotrices.

**Palabras clave:** motivación, productividad, satisfacción laboral, recursos humanos, organización.

## INTRODUCCIÓN

El ser humano necesita de motivación personal e impulsos para el cumplimiento de proyectos o planes de vida de la cual uno se le dedica tiempo y esfuerzo para obtener su recompensa, es por eso que, la motivación es un elemento esencial que se debe encontrar presente en la vida de cada persona para su pulsión vital. Según Peña y Villón (2018), “Para la Psicología la motivación se define como la necesidad o el deseo que activa y dirige nuestro comportamiento, que lo dirige y subyace a toda tendencia por la supervivencia” (p.3). En ese sentido, da a conocer como la motivación puede lograr despertar al ser humano con la finalidad de suplir y cumplir sus necesidades, intereses y deseos propios.

Por lo tanto, basándonos desde las aportaciones teóricas en uno de los representantes más significativos en la psicología humanista, Maslow refiere a través de la pirámide de las necesidades humanas, refiere que conforme el ser humano satisface las necesidades más básicas, y más adelante desarrollan necesidades y deseos más elevados, es decir todos aspiran a satisfacerse necesidades superiores y mover a la acción humana. Es así que, dentro de la clasificación de las necesidades del ser humano se reconoce a la más altas en su jerarquía de necesidades humanas, la autorrealización. Según García et al. (2012)

Necesidad de la Autorrealización se basan en la superación, no solo a nivel físico y psíquico sino también social, que el individuo necesita para poder desarrollar todo su potencial; en este nivel el ser humano requiere trascender, dejar huella, realizar su propia obra, realizar su talento al máximo. (p.4)

El mundo laboral forma una parte elemental del ser humano; por lo tanto, si se presenta dificultades personales puede llegar a perjudicar en el rendimiento laboral, y este último también puede llegar a afectar en la vida personal, lo que da a conocer que se

encuentra interconectado uno al otro y dependen del uno al otro. Es así que una persona que regularmente sienta que no logra cubrir sus necesidades como ser humano, no se siente completo ni realizado. Por lo tanto, sin la autorrealización, el ser humano en cualquier ámbito, puede conllevar un estado de frustración, inestabilidad e inhibiendo su potencial; lo cual, es importante que se deba considerar la autorrealización como un elemento fundamental, ya que, está relacionado específicamente con el objetivo de alcanzar un nivel máximo personal y profesional. Y es que se entiende que un empleador puede llegar a tener un salario acorde al mercado pero no sentirse cómodo o completo dentro del área que desempeña, y termina perjudicando en su rendimiento laboral o prefiriendo marcharse de la empresa, o también pensar en situaciones donde el empleador puede disponer de todas las herramientas y capacidades para cumplir adecuadamente con sus obligaciones y funciones del puesto de trabajo, pero no ser reconocido por sus desempeños laborales o no reconocerlo adecuadamente de manera salarial, pudiendo desmotivarlo.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Establecer la influencia que tiene la satisfacción laboral en la productividad del área de post venta de un concesionario de vehículos ubicado en la ciudad de Guayaquil.

### **Objetivos específicos**

1. Diagnosticar el nivel de satisfacción laboral de los colaboradores del área de postventa de un concesionario de vehículos ubicado en la ciudad de Guayaquil.
2. Analizar la productividad de los colaboradores del área de posventa a través de la contabilización de horas facturadas y disponibles de cada colaborador en

el último semestre del año 2023.

3. Proponer estrategias dirigidas a mejorar la satisfacción laboral de los colaboradores del área de posventa de un concesionario ubicado en la ciudad de Guayaquil.

## **MARCO TEÓRICO**

### **Capítulo 1. ¿Qué es motivación?**

La motivación es la determinación o voluntad que impulsa al ser humano a realizar determinadas acciones o comportamientos para alcanzar sus objetivos personales. Chiavenato (como se citó en Huichi, 2019) plantea que la motivación es un aliento que lleva a actuar a una persona, es decir, da inicio a una actitud y un comportamiento de manera específica. Este aliento puede ser provocado por un estímulo interno que proviene del ambiente o también generado internamente en la mente del ser humano. Y es que, dependiendo del grado de importancia que tenga para el sujeto con su objetivo que desea alcanzar o sus consecuencias positivas de éste, su motivación será mayor o menor.

#### **1.1 Motivación laboral**

La motivación laboral es un elemento fundamental que debe estar empleado en cada uno de los colaboradores, ya que, la satisfacción de los colaboradores debe ser el punto focal e imprescindible para cualquier organización, es por eso que, se debe mantener implicado a los empleados para ofrecer altamente su rendimiento y lograr conseguir los objetivos empresariales, el ambiente agradable y proactivo.

Puma y Estrada (2020) mencionan que la motivación laboral fomenta en los empleadores a pertenecer y convertirse en un componente importante dentro de la



organización, a persistir como miembros, a experimentar grados elevados de afiliación e identificación con la misma y a promoverla en su entorno social.

Por lo tanto, la gran mayoría de las organizaciones suelen ignorar el concepto de *motivación laboral*, ya que lo perciben como un costo más que como una inversión para sus empleadores; no obstante, es crucial reconocer su importancia, ya que, si todos los espacios laborales se dedicaran a ofrecer diversas oportunidades para el crecimiento personal, sus colaboradores se inclinarían por mejorar su desempeño laboral y cumplir con sus obligaciones con la máxima eficiencia y eficacia. Además, desarrollarían una afinidad genuina por su trabajo y experimentarían una profunda sensación de satisfacción al estar asociados a la empresa en la que laboran, lo que en última instancia conduciría a una mayor satisfacción personal y en efecto mayor productividad para la misma empresa.

## **1.2 Tipos de motivación laboral**

Una organización laboral debe entender que cada empleado son individuos con diferentes identidades, rasgos, deseos y capacidades; por lo cual, el motivar a los empleadores de manera efectiva va a requerir de entender a mayor profundidad los tipos de motivación, entre esas encontramos: *motivación intrínseca* que es el impulso que viene de la misma persona, como el deseo de realizar un trabajo de calidad y eficiencia, y la *motivación extrínseca* es el estímulo que surge en la persona a partir de factores externos como la compensación monetaria, ascenso laboral, o reconocimiento por el trabajo o su desempeño, finalmente la *motivación trascendente* es el impulso de la persona en llevar a cabo alguna tarea por el recibimiento de consecuencias positivas hacia terceras personas, es así que, pensando desde el ámbito laboral se observa cuando el colaborador se encuentra

comprometido con la misión que dispone o establece cada empresa.

### **1.1.1 Motivación intrínseca**

Esta motivación nace del mismo individuo, en donde su recompensa personal es puramente íntima y no requiere de una recompensa externa para auto-motivarse debido a que su satisfacción es puramente personal.

Sáez (como se citó Rojas 2020), la motivación intrínseca se refiere al comportamiento que es impulsado por recompensas internas. En otras palabras, la motivación para participar en un comportamiento surge desde dentro del individuo porque es naturalmente satisfactorio para usted.

Es por eso que la motivación intrínseca es la denominación con la satisfacción personal que se proporciona a los empleados el trabajo por varios factores, ya sea por la oportunidad de crecimiento y desarrollo personal, es así que, para que se impulse esta motivación es importante que se brinde elementos a los colaboradores en cuanto a invitarlos a sentirse pertenecientes con la organización por medio de recibimiento de un trato equitativo y proponiendo metas y objetivos realistas, claros y desafiantes. Según Rojas(2020) “La motivación intrínseca es un comportamiento impulsado por la satisfacción de recompensas internas” (p.30). En este sentido, en el caso que el individuo no tenga presenteni latente una motivación intrínseca puede llegar a perjudicar en el desarrollo personal y laboral; por lo tanto, si los colaboradores desconfían de sus habilidades y destrezas puede conllevar a afectar en su estado emocional provocando inestabilidad, sensación de fracaso obaja autoestima, es por eso que, es importante no descuidar la motivación laboral. Por lo tanto, el empleado que mantenga una fortalecida motivación intrínseca tiene mayor probabilidad de participar activamente y proactivamente de manera voluntaria a las actividades laborales y con el deseo

de mejorar sus habilidades con tal de cumplir con sus objetivos planteados.

### **1.1.2 Motivación extrínseca**

Esta motivación lo que se impulsa es el beneficio de lo que obtendrá con el resultado de su desempeño de alguna actividad o función, es decir, la búsqueda de un resultado satisfactorio para evitar consecuencias desagradables. Según Ospina Rodríguez (2006), “Es el efecto de acción o impulso que producen en las personas determinados hechos, objetos o eventos que las llevan a la realización de actividades, pero que proceden de fuera” (párr. 8). En definitiva, la motivación extrínseca es la que permite al empleador a realizar un esfuerzo con la finalidad de lograr una recompensa externa, y se puede observar en las situaciones de trabajo, cuando el empleado recibe los incentivos económicos, reconocimientos o recompensas para el colaborador. Según Valdivia Gonzáles (2021):

La motivación extrínseca en términos generales es aquella que se da en la persona a través de factores externos (otros individuos o ambiente), tales como los incentivos, el servicio recibido. Asimismo, existe un elemento externo, que impulsa a la persona a realizar una determinada acción por el hecho de recibir algo a cambio. (p.7)

Es así que da a comprender dentro del entorno laboral, sobre la importancia que puede efectuar en los colaboradores en una organización, es por eso que a medida que el colaborador realiza actividades y cumple a cabalidad superando las expectativas, la organización debe de reconocer el esfuerzo del empleado porque si se realiza un trabajo sin finalidad que no logra los resultados que busca, da la sensación que no hay cumplimiento de establecer metas ni desarrollo personal ni laboral.

Es porque eso que, lo ideal es poder encontrar un equilibrio entre los dos tipos de

motivaciones (intrínseca y extrínseca), ya que si se encuentra con personas con motivación intrínseca se debe asegurar de que las actividades que realicen sean de su agrado y satisfacción, así mismo, es importante de no olvidar ofrecer una motivación extrínseca por medio del reconocimiento por la culminación de tareas, pero es necesario entender que no se debe convertir es la única fuente y razón por la que el colaborador acuda a trabajar.

### **1.1.3 Motivación trascendente**

Es la que incentiva al individuo con la finalidad de actuar por las consecuencias de sus actos para otras personas, es decir servir a los demás y es que este tipo de motivación se enfoca que en bienestar para los demás antes que el de uno mismo. Conforme a Marín Acosta (2018):

Además, la motivación trascendente impulsa al sujeto a actuar en función a como sus acciones afectan a los otros, a partir de los cual desarrolla sus relaciones interpersonales y su modo de convivencia apoyándose en otras personas o valiéndose de estas. (p.25)

El tipo de la motivación trascendente es aquella que motiva a formar parte de algo, e implicarse con la misión de la empresa. Esta motivación es poco egoísta hacia uno mismo ya que busca siempre el interés del equipo, los intereses individuales pasan a un segundo plano y lo que importa es lo que más conviene a la organización; por lo tanto, este tipo de motivación esta siempre orientada en satisfacer las necesidades de los demás, pasando por encima de las necesidades propias con la finalidad de mejorar y favorecer al resto del grupo de trabajo.

## **Capítulo 2. Concesionario automotriz**

Son empresas independientes que son autorizadas por las marcas de diferentes fabricantes para vender sus productos (vehículos) a través de un contrato de concesión. Según Viteri (2018):

Es un sistema que fusiona la concesionaria y la automotriz con el fin de poder desarrollar el control indispensable dentro de las actividades ejecutadas por el concesionario, como lo es las ventas de unidades vehiculares, el servicio post venta y brindando asistencia técnica para los clientes de la compañía, entiéndase que el concesionario es el establecimiento en donde se da un servicio o la distribución de un producto. (p.32)

Esto indica que, los concesionarios de autos buscan ofrecer la mayor cantidad de servicios posibles, y promover sus promociones y ventas de vehículos a los clientes, es por eso que, los concesionarios de autos intentan disponer de ofrecer la mayor parte de sus servicios para que el comprador se le facilite y se sienta cómodo de no tener que recorrer otros sitios para adquirir dichos servicios requeridos.

### **Capítulo 3. Cobertura de servicios**

El proceso abarca el reconocimiento de una conexión en constante cambio entre los requisitos y los objetivos de la población (específicamente, el deseo de servicios) y los recursos de fácil acceso. Según Viteri (2018):

Consiste en cubrir todos aquellos aspectos en los que una empresa pueda proporcionar ayuda en cuanto a las necesidades que requiere el consumidor, ya que el cliente siempre deseara obtener un servicio completo en el cual todas sus solicitudes sean cubiertas por los beneficios que ofrecen el establecimiento, contando

con servicios completos sin restricciones de políticas que ocasionen una insatisfacción y a la vez pérdida de clientes. (p.33)

Esto explica que, es el proceso en el que una empresa u organización ofrece servicios productos al cliente con el objetivo de satisfacer todas necesidades, expectativas y comodidad.

#### **Capítulo 4. Servicio al cliente**

Kotler Philip (como se citó en Viteri, 2028) plantea que un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico

De este modo, el servicio al cliente se refiere a todas las actividades que se realizan para el cliente antes, durante y después de la compra, esto se hace con la finalidad de garantizar la satisfacción del cliente con el producto o servicio ofrecido o requerido, es por eso que, un favorable servicio al cliente no se trata solo de responder las preguntas del cliente, sino también de anticipar a las necesidades del cliente, ayudar al cliente a utilizar el producto de manera más efectiva y asegurando una buena experiencia de compra, así mismo, hay otros factores que influyen en el servicio brindado, como: la calidez y cortesía.

#### **Capítulo 5. Servicio Post Venta**

Es la actividad de seguimiento realizada por una compañía después de la compra, con el objetivo de establecer una formidable relación con el cliente. De acuerdo con Viteri (2018):

Son todo el conjunto de esfuerzos luego de la venta para complacer al cliente, asegurando una compra sea esta usual o frecuente. El servicio postventa es el último proceso de la espiral de la calidad y respalda a un continuo nivel al conocer: las

opiniones de los clientes y reconocer oportunidades de mejoramiento. (p.34)

De este modo, es importante que la empresa continúe brindando seguimiento y atención al cliente luego que se haya efectuado la compra, ya que su propósito es continuar satisfaciendo al cliente para mantener una excelente relación duradera con el vendedor-cliente de sus productos y servicios, generando lealtad, así mismo continuar propiciando compras repetidas y recomendaciones favorables.

### **Capítulo 6. Calidad en el proceso de servicio Post Venta**

La ideal excelencia por parte de la empresa hacia el comprador es obtener la fidelidad del cliente y asegurar que seguirá comprando el producto. Por tal motivo, es importante reconocer que las ventas al final no concluyen la relación del cliente, sino es el comienzo de una relación productiva. Conforme a Viteri (2018):

La calidad consiste en el acuerdo desde el primer contacto con el cliente seguido de la venta y conservando una debida relación después de la misma. Con un adecuado y buen servicio post venta la empresa se ve en la capacidad de mejorar no solo en sus productos si no en sus servicios, esto se da a través de las mejoras continuas que se basan en la interacción con los clientes. (p.35)

Es importante que se realice el seguimiento correspondiente hacia la cliente una vez culminada la compra; dado que, además de brindar un sentimiento de confianza hacia el cliente, también permite a la empresa u organización de mejorar sus capacidades de mejora a través del resultado de satisfacción del cliente.

### **Capítulo 7. Productividad**

Una de las cuestiones más importantes de la productividad es su medición a través de la unidad de trabajo durante un periodo de referencia temporal determinado. Según Rodríguez y Gómez Bravo (1991), “La productividad es un concepto que en sentido restringido se le ha vinculado a expresiones matemáticas producto/insumos y a su operacionalización cuantitativa y, por esta vía, se ve mal interpretada y disminuida su importancia” (p.18). En este sentido, es importante reconocer que la productividad se visualiza por medio de la relación de los recursos usados y los productos/servicios que se generan durante un tiempo especificado; por lo que, además sirve de sustento para la evaluación de la eficiencia de la en cuanto a su uso de los recursos, con el objetivo principal de aumentar beneficios con el menor uso de recurso y a su vez evaluando la eficiencia de la producción.

### **7.1 Criterios de evaluación del desempeño de la productividad**

Es necesario conocer cómo se desarrolla la eficiencia, efectividad y eficacia para así conocer y entender la relación de calidad y productividad para la mejorar de un desempeño laboral. Entre esas encontramos:

Rodríguez y Gómez Bravo (1991a) plantea que la eficiencia se le utiliza para dar cuenta del uso de los recursos o cumplimiento de actividades con dos acepciones: la primera, como relación entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de recursos que se había estimado o programado utilizar; la segunda, como grado en el que se aprovechan los recursos utilizados transformándolos en productos. (p. 18)

Lo cual, se entiende que la eficiencia es la capacidad que tiene la persona de poder cumplir con las actividades con la menor cantidad de recursos y así culminar con los



objetivos señalados; y en el caso de considerarlo dentro de un espacio de trabajo, el empleador al momento de finalizar la tarea es importante que se realice de la manera más óptima posible con un mínimo de ineficiencias y errores para ser considerado eficiencia. Por lo tanto, la eficiencia se logra medir por qué tan bien se emplean los recursos para producir los resultados deseados y objetivos de negocio.

Esta definición es compartida por Rodríguez y Gómez Bravo (1991b) sobre la efectividad es la relación entre los resultados logrados y los resultados que nos habíamos propuesto. y da cuenta del grado de cumplimiento de los objetivos que hemos planificado: cantidades a producir, clientes a tener, órdenes de compra a colocar, etc. (p.19)

En relación a la efectividad, tiene como propósito el buscar y lograr un efecto deseado, es decir, que las tareas que se lleven a cabo se realicen de manera eficiente y eficaz. Así mismo, dentro de términos laborales para aumentar e incrementar la productividad, cuando se labora de forma efectiva, el foco se mantiene en el punto óptimo entre lo más eficiente y lo más eficaz, y así, encontrar el equilibrio ideal entre eficiencia y eficacia.

En lo mencionado por los autores Rodríguez y Gómez Bravo (1991c) refiere que la eficacia valora el impacto de lo que hacemos, del producto o servicio que prestamos. No basta con producir con 100% de efectividad el servicio o producto que nos fijamos, tanto en cantidad y calidad, sino que es necesario que el mismo sea el adecuado, aquel que logrará realmente satisfacer al cliente o impactar en nuestro mercado. (p.19)

En lo que respecta a la eficacia, su objetivo principal es lograr cumplir con el resultado esperado de manera óptima, es así que, dentro del ámbito empresarial, este término hace referencia a la capacidad del colaborador o equipo de trabajo para alcanzar los objetivos

marcados, y es que, la prioridad es la obtención del resultado deseado o previsto con el nivel deseado de calidad, impacto o éxito. Por lo tanto, la eficacia a menudo se relaciona con el resultado real, en lugar de solo con la eficiencia de los procesos (tiempo, herramientas, costos, ventas, recursos humanos o maquinaria de intervención).

## **METODOLÓGICO**

En este trabajo investigativo se ha enfocado a partir de un paradigma crítico o dialéctico, ya que su finalidad es medir la productividad y satisfacción del personal, evaluar los resultados obtenidos con el objetivo de brindar estrategias para mejorar o mantener en niveles elevados los indicadores de desempeño.

Melero Águila (Como se citó Lucio Villegas ,2004) que a su vez plantea, como la educación liberadora es un aprendizaje crítico que busca el despertar de la realidad, considerando el acto educativo como un acto de conocimiento que se crea de formacolectiva como interacción de todos los participantes.

El presente trabajo de titulación se respalda en el diseño de investigación con un estudio fenomenológico con enfoque cuantitativo, que busca pretender y explicar y predecir los fenómenos investigados, buscando regularidades y relaciones causales entre elementos en base en la medición numérica y análisis estadístico. Conforme a Otero Ortega (2018):

Los estudios cuantitativos establecen una o varias hipótesis para ser sometidas a pruebas. Todo el proceso se desarrolla a partir de la medición y valoraciones numéricas cuantificables y aplicables a técnicas estadísticas. Estos se encuentran asociados con experimentos y desarrollan encuestas con preguntas cerradas, a la vez que pueden utilizar instrumentos de medición estandarizados para explicar los fenómenos. (p.9)

Por tal motivo para evaluar la satisfacción del personal en diferentes aspectos en este trabajo se realizó por medio de encuestas a colaboradores que trabajan en una concesionaria de vehículos del área de post venta, de la cual, se registró la información mediante la herramienta de creación de formularios en línea *google forms*, con la finalidad de obtener resultados en tiempo real, usar análisis integrados para evaluar las respuestas, exportar resultados y así organizarlo en gráficos para su posterior consulta.

Esta investigación presenta un nivel comprensivo, alcance relacional – proyectivo, ya que su objetivo principal consiste en indagar las razones que hay detrás de la motivación laboral en la productividad del área de post venta de un concesionario de vehículos, a partir de la información recolectada, y generar una propuesta de modelo en la mejora de productividad del área de post venta de la empresa.

#### **Población, muestra y variable.**

- ✓ *Población:* Colaboradores de una empresa.
- ✓ *Muestra:* 20 colaboradores de un concesionario de un vehículo.
- ✓ *Variable:* Motivación laboral y productividad.

#### **Diseño metodológico**

En este trabajo de titulación se realizó por medio de un diseño de campo, de la cual De acuerdo con Lupton (2011):

La investigación de campo, esencial en cualquier proyecto de intervención física en un entorno humano, exige que el diseñador se ciña a las limitaciones específicas de una ubicación. A su vez el contexto local determinará la forma o el uso del lenguaje.

(p. 50)

Es así que la investigación de campo consiste en recolectar datos sobre la realidad de un contexto, sin que los resultados sean alterados o manipulados por las distintas variables; por lo tanto, se llega a estudiar los efectos o fenómenos sociales en su ambiente natural. Es así que, dentro de este trabajo investigativo, se enfoca en el estudio de como la motivación puede influir en la productividad de un grupo de colaboradores.

Así mismo, dentro de este diseño metodológico este trabajo investigativo se ha realizado a través de un estudio *no experimental*. Según Hernández Sampieri et al. (s.f.)

En un estudio no experimental no se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador. En la investigación no experimental las variables independientes ya han ocurrido y no pueden ser manipuladas, el investigador no tiene control directo sobre dichas variables, no puede influir sobre ellas porque ya sucedieron, al igual que sus efectos. (p.2)

De lo cual, la investigación no experimental consiste en observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para luego poder analizarlos en su totalidad, es por eso, que por medio de este trabajo investigativo se realizó a un grupo de colaboradores que laboran en una concesionaria de vehículos dentro del área de post venta y no se efectuó ninguna manipulación o alteración intencional con el objetivo de observar tal y como se han dado en su contexto natural dentro de la motivación de los colaboradores y su influencia en la productividad.

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín (como se citó en Hurtado, 2005), plantea que el transeccional contemporáneo su cuyo propósito es describir un evento que ocurre o se

observa en un momento único del presente, utilizando para la recolección de datos fuentes vivas y observando el evento en su contexto natural, sin introducir ningún tipo de modificaciones.

Por lo tanto, se realizó partir de un muestreo de un grupo de colaboradores de una concesionaria de vehículos para obtener información de un evento actual en un único momento del tiempo por medio de una encuesta virtual para recabar y proporcionar recopilación de datos.

### **Técnica e instrumento de recolección**

Como técnica de recolección de datos se utilizó la encuesta, y como instrumento el cuestionario con preguntas cerradas que se calificaron según en la escala de Liker, se aplicó un cuestionario elaborado a través de Google Forms (administración de encuestas), de manera que se pueda almacenar la información en un medio digital de forma inmediata y poder visualizar gráficamente los resultados obtenidos en tiempo real. La encuesta se realizó con 22 preguntas cerradas realizadas a los colaboradores de una concesionaria de vehículos del área de post venta, para visibilizar los resultados y conocer la aproximación el estado de satisfacción con la influencia de la motivación laboral el área de post venta.

### **Resultados y discusión**

Tabla 1. Caracterización de los colaboradores encuestados del área de post venta en un concesionario de vehículos de la *sede a la que pertenece*. Guayaquil, 2023

<b>Variables</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
<b>Sede a la que pertenece</b>		
<b>Concesionario XXX S.A</b>	20	100



Los resultados arrojan que la totalidad de los colaboradores (20 personas) están registrados en un mismo espacio laboral, lo cual, se logra obtener una cifra elevada de 100% sobre la pertenencia de la organización empresarial; por ese motivo, se facilitará y permitirá ponderar puntualmente las posibles alternativas de acción para su efectiva atención para una misma empresa.

Tabla 2. Caracterización de los colaboradores encuestados del área de post venta en un concesionario de vehículos de la variable del *sexo*. Guayaquil, 2023

<b>Variables</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
<b>Sexo</b>		
<b>Femenino</b>	2	10
<b>Masculino</b>	18	90

Fuente: Encuesta aplicadas a colaboradores, 2023.

Lo que se puede mostrar dentro de esta variable de los encuestados se evidencia que dentro

de esta empresa de concesionaria de vehículos el género femenino tiene un grado menor en la participación laboral a esta empresa con un porcentaje del (10%); más, sin embargo, dentro de esta variante se refleja que el sexo masculino es quien lideran en la asistencia de la empresa con un porcentaje mayor (90%).

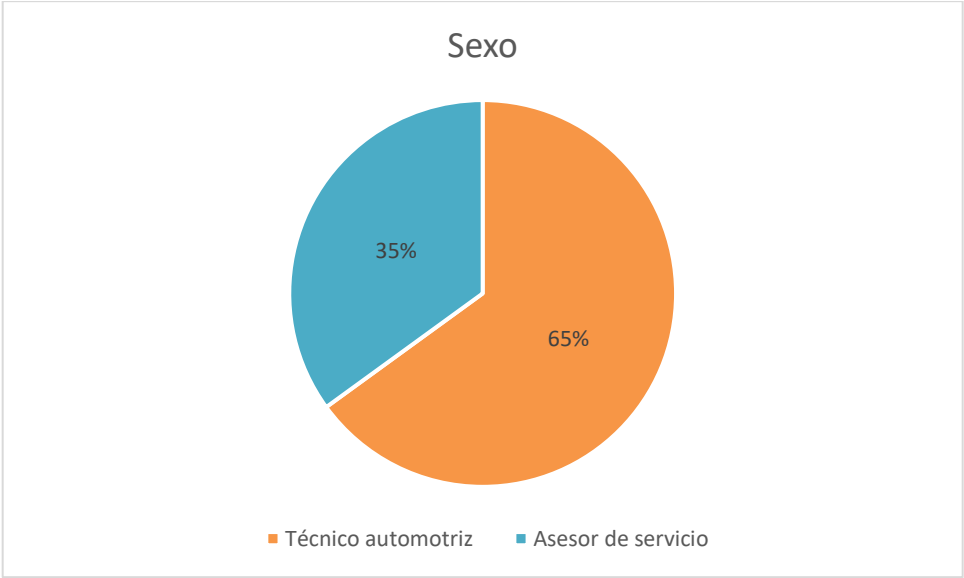


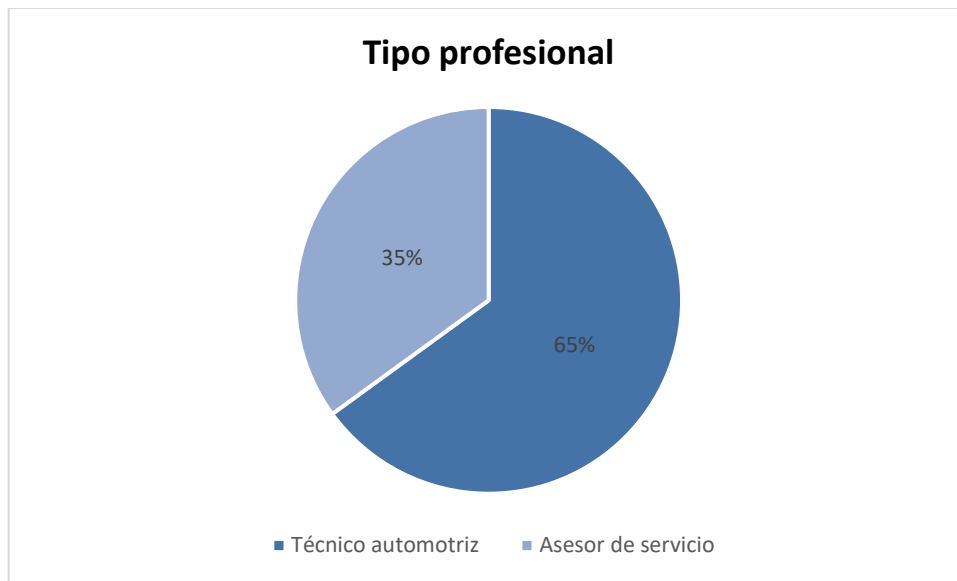
Tabla 3. Caracterización de los colaboradores encuestados del área de post venta en un concesionario de vehículos de la variable *Tipo profesional* Guayaquil, 2023

	Nº	%
<b>Tipo profesional</b>		
<b>Técnico automotriz</b>	13	65
<b>Asesor de servicios</b>	7	35

Fuente: Base de datos de la empresa, 2023.

Dentro de esta variable se considera importante hacer una clasificación entre el personal de Producción (técnico automotriz) y el de atención al cliente (asesor de servicio) ya que ambos son medidos con diferentes parámetros para definir su productividad, de acuerdo al siguiente

gráfico el 35% corresponde a asesores y el 65% corresponde a técnicos.



Para definir el estado actual de la productividad de técnicos automotrices y asesores de servicio, primero hay que definir como los evalúan en la empresa donde se pudo acceder a este análisis, a saber:

- ✓ **Técnico Automotriz:** Se evalúa por HORAS HOMBRES facturadas\* vs HORAS HOMBRES DISPONIBLES\*\*

*El cálculo estaría dado por la siguiente formula:*

Productividad Técnico = Horas Hombres Facturadas por mes / Horas Hombres Disponibles por mes.

**Al asesor de servicio se evalúa dos parámetros siguientes para definir su productividad**

- ✓ **Asesor de Servicio:** Se evalúa por Número de Vehículos atendidos por día.

Su indicador del objetivo de mercado: 10 Vehículos por día por asesor de servicio.



*El cálculo estaría dado por la siguiente fórmula:*

Productividad por Atención = Número de Vehículos atendidos por día / Objetivo de Vehículos por día.

- ✓ **Asesor de Servicio:** Se evalúa por Ticket Promedio de Facturación (Venta en dólares por Vehículo atendido).

Indicador Objetivo de Mercado: 160 Dólares por Vehículo Atendido.

*El cálculo estaría dado por la siguiente fórmula:*

Productividad por Facturación = Venta en dólares por vehículo atendido / Objetivo de Venta por Vehículo.

\* HORAS HOMBRES facturadas (servicio facturado en horas realizado por un técnico en un vehículo)

\*\* HORAS HOMBRE DISPONIBLES (hace referencia al número de horas laborables dentro de un mes por un técnico)

Tabla 4. Horas facturadas por personal técnico.

<b>N. TEC.</b>	<b>TECNICO AUTOMOTRIZ</b>	<b>HH FACTURADAS 2023</b>
1	INTRIAGO HOLGUIN ANGEL FERNAND	3151,27
2	INTRIAGO MERO ANTHONY ISRAEL	2511,46
3	MEJIA GUARTASACA ANGEL FABIAN	2394,70
4	AMADOR ALVARADO JOSE LUIS	2324,85
5	ZAMBRANO GONZALEZ TOMAS EDISON	2298,34
6	QUINTO JIMENEZ EDISON FELIPE	2092,36
7	GARCIA CHONILLO JAVIER	843,71
8	DELGADO AYAUCA JAIME ROBERTO	834,74
9	MENDEZ QUINDE BRYAN AGUSTIN	1667,39
10	MARTÍNEZ SUÁREZ	1611,90
11	CAJAS QUISHPE JOSE ANTHONY	686,95
12	PACHAY ARANA ROGER	519,20
13	RODRIGUEZ REYES ANDY GILMAR	38,32

**Total general**

**20975,18**

Fuente: Base de datos de la empresa de horas facturadas por personal técnico, 2023.

Tabla 5. Análisis de la productividad del personal técnico

N. TEC.	TÉCNICO AUTOMOTRIZ	HH FACTURADAS 2023	H. DISPONIBLES X MES	N MESES TRABAJADOS	H. DISPONIBLES 2023	PRODUCTIVIDAD
1	INTRIAGO HOLGUIN ANGEL FERNANDO	3151,27	176	12	2112	1,49
2	INTRIAGO MERO ANTHONY ISRAEL	2511,46	176	12	2112	1,19
3	MEJIA GUARTASACA ANGEL FABIAN	2394,70	176	12	2112	1,13
4	AMADOR ALVARADO JOSE LUIS	2324,85	176	12	2112	1,10
5	ZAMBRANO GONZALEZ TOMAS EDISON	2298,34	176	12	2112	1,09
6	QUINTO JIMENEZ EDISON FELIPE	2092,36	176	12	2112	0,99
7	GARCIA CHONILLO JAVIER	843,71	176	6	1056	0,80
8	DELGADO AYAUCA JAIME ROBERTO	834,74	176	6	1056	0,79
9	MENDEZ QUINDE BRYAN AGUSTIN	1667,39	176	12	2112	0,79
10	MARTÍNEZ SUÁREZ	1611,90	176	12	2112	0,76
11	CAJAS QUISHPE JOSE ANTHONY	686,95	176	6	1056	0,65
12	PACHAY ARANA ROGER	519,20	176	6	1056	0,49
13	RODRIGUEZ REYES ANDY GILMAR	38,32	176	1	176	0,22
	<b>Total general</b>	<b>20975,18</b>			<b>21296,00</b>	<b>0,98</b>

Teniendo en cuenta en la *tabla 4*, las horas facturadas por cada uno de los técnicos se calculó las horas disponibles de cada uno de acuerdo al número de meses laborados en 2023 y se consideró que cada mes disponían de 176 horas (8 horas por día x 22 días al mes). Posterior se procedió a calcular la productividad (Horas Hombres Facturadas / Horas Hombres Disponibles)

*Después de realizar el cálculo y ordenar de mayor a menor se evidencia los siguientes datos relevantes:*

**Productividad general: 0,98 (ratio se considera muy bueno)**

Productividad Promedio: 0,88 (ratio se considera aceptable)

Sin embargo, **6 de 13 técnicos (46%) se encuentra en una productividad menos a 0,80 (dato relevante para análisis).**

Tabla 6. Facturación y N. de vehículos atendidos.

N.	ASESOR DE SERVICIO	SUBTOTAL	N. VEHICULOS
<b>1</b>	HERRERA MARTINEZ LUIGI ERNESTO	\$ 192.333,88	735
<b>2</b>	ESPIN FALCONES EDWIN XAVIER	\$ 90.742,55	517
<b>3</b>	IÑIGUEZ GOMEZ ANA PAULA	\$ 307.689,33	1794
<b>4</b>	RUIZ CORNEJO KEYLA	\$ 361.802,08	2150
<b>5</b>	ANDRADE PIEDAR JONATHAN ISRAEL	\$ 8.732,68	81
<b>6</b>	CAMPOSANO DOMINGUEZ ROBERTO	\$ 62.397,54	806
<b>7</b>	MARISCAL POMBOZA WILLIAM ROBER	\$ 51.576,04	1101
<b>Total general</b>		<b>\$ 1.075.274,10</b>	<b>7.184,00</b>

Fuente: Base de datos de la empresa de facturación por vehículo, 2023.

Tabla 7. Análisis de la productividad del asesor de servicio.

N. ASESORES	ASESOR DE SERVICIO	SUBTOTAL	N. VEH.	TICKET PROM	DIAS LAB MES	MES	VEH / DIA	PROD / VEH	PROD / VENT A	PROD POND
<b>1</b>	HERRERA MARTINEZ LUIGI ERNESTO	\$ 192.333,88	735	\$ 261,68	22	12	3	0,28	1,64	0,46
<b>2</b>	ESPIN FALCONES EDWIN XAVIER	\$ 90.742,55	517	\$ 175,52	22	3	8	0,78	1,10	0,86
<b>3</b>	IÑIGUEZ GOMEZ ANA PAULA	\$ 307.689,33	1794	\$ 171,51	22	9	9	0,91	1,07	0,97
<b>4</b>	RUIZ CORNEJO KEYLA	\$ 361.802,08	2150	\$ 168,28	22	9	11	1,09	1,05	1,14
<b>5</b>	ANDRADE PIEDAR JONATHAN ISRAEL	\$ 8.732,68	81	\$ 107,81	22	3	1	0,12	0,67	0,08
<b>6</b>	CAMPOSANO DOMINGUEZ ROBERTO	\$ 62.397,54	806	\$ 77,42	22	3	12	1,22	0,48	0,59
<b>7</b>	MARISCAL POMBOZA WILLIAM ROBER	\$ 51.576,04	1101	\$ 46,84	22	12	4	0,42	0,29	0,12
<b>Total general</b>		<b>\$ 1.075.274,10</b>	<b>7.184</b>							

Con base a la información recibida Subtotal de ventas y número de vehículos atendidos por asesor de servicio del año 2023, permite calcular el ticket promedio de ventas (subtotal / número de vehículos vendidos) y dicho resultado está representado en la columna TICKET PROM.

Por otro lado, al disponer del número de vehículos atendidos en 2023 y conociendo el número de meses y días laborables que un asesor de servicio laboró durante el mismo periodo, permite calcular el número de vehículos atendidos por día (Número de vehículos Atendidos 2023 / días laborables disponibles en 2023) y dicho resultado se representa en la columna VEH / DIA

Ambos datos TICKET PROM y VEH / DIA sirven para poder calcular la productividad de ambos indicadores de desempeño que según son los más relevantes en términos de gestión comercial de su área.

- ✓ **Para calcular la Productividad por Facturación (PROD / VENTA) se apoya con la fórmula siguiente:**

Productividad por Facturación = Venta en dólares por vehículo atendido / Objetivo de Venta por Vehículo.

Como se detalla en el caso del asesor Herrera Martinez Luigi con el valor de \$ 261,68 / \$ 160,00 y dando como resultado un indicador de 1,64 de productividad por facturación (se considera altamente efectivo evaluando este rubro).

- ✓ **Para calcular la Productividad por Número de Vehículos Atendidos (VEH / DIA) se basa en la fórmula siguiente:**

Productividad por Atención = Número de Vehículos atendidos por día / Objetivo de Vehículos por día.

En el caso del asesor Herrera Martinez Luigi sería 3 / 10 dando como resultado un indicador de 0,28 de productividad por atención de vehículos (se considera baja efectividad evaluando este

rubro).

Esto se puede evidenciar que un mismo asesor puede tener un alto, medio o bajo desempeño en ambos indicadores y con el afán de tener un rubro consolidado que muestre en un solo dato su desempeño integral se procedió hacer una ponderación de ambos datos (productividad ponderada).

**Productividad Pondera :** Productividad Vehículo Atendidos x Productividad de Facturación

Este resultado de productividad ponderada se muestra en la última columna de la tabla 7 como PROD. POND.

**Como conclusiones de esta evaluación de los asesores se indica lo siguiente:**

Productividad promedio:0,60 (ratio se considera malo)

Existen 3 asesores cuya productividad promedio es 0,99 (ratio se considera muy bueno) estos son: Anapaula Iñiguez, Xavier Espín y Keyla Ruiz. Sin embargo, existen 2 asesores cuya productividad promedio es 0,52 (ratio se considera medianamente aceptable) estos son Luigi Herrera y Roberto Camposano.

En cuanto al cálculo de Satisfacción, se realizó mediante una encuesta elaborada en *Google Forms* al personal técnico y asesores de servicio, dicha encuesta abordaba 22 aspectos que permitió calcular un nivel de satisfacción en su ambiente laboral.

La encuesta se encuentra en el **ANEXO 1** y el resultado lo hemos tabulado de la siguiente manera:

N.	ASESOR DE SERVICIO	ASP POSITIVOS	ASP NEGATIVOS
1	HERRERA MARTINEZ LUIGI ERNESTO	13	9
2	ESPIN FALCONES EDWIN XAVIER	16	6

<b>3</b>	<b>IÑIGUEZ GOMEZ ANA PAULA</b>	<b>13</b>	<b>9</b>
<b>4</b>	<b>RUIZ CORNEJO KEYLA</b>	<b>11</b>	<b>11</b>
<b>5</b>	<b>ANDRADE PIEDAR JONATHAN ISRAEL</b>	<b>13</b>	<b>9</b>
<b>6</b>	<b>CAMPOSANO DOMINGUEZ ROBERTO</b>	<b>13</b>	<b>9</b>
<b>7</b>	<b>MARISCAL POMBOZA WILLIAM ROBER</b>	<b>16</b>	<b>6</b>
	<b>Total General</b>	<b>95</b>	<b>59</b>

<b>N.</b>	<b>TECNICOS</b>	<b>ASP POSITIVOS</b>	<b>ASP NEGATIVOS</b>
<b>1</b>	<b>INTRIAGO HOLGUIN ANGEL FERNAND</b>	<b>17</b>	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>INTRIAGO MERO ANTHONY ISRAEL</b>	<b>17</b>	<b>5</b>
<b>3</b>	<b>MEJIA GUARTASACA ANGEL FABIAN</b>	<b>17</b>	<b>5</b>
<b>4</b>	<b>AMADOR ALVARADO JOSE LUIS</b>	<b>13</b>	<b>9</b>
<b>5</b>	<b>ZAMBRANO GONZALEZ TOMAS EDISON</b>	<b>18</b>	<b>4</b>
<b>6</b>	<b>QUINTO JIMENEZ EDISON FELIPE</b>	<b>17</b>	<b>5</b>
<b>7</b>	<b>MENDEZ QUINDE BRYAN AGUSTIN</b>	<b>17</b>	<b>5</b>
<b>8</b>	<b>MARTÍNEZ SUÁREZ</b>	<b>17</b>	<b>5</b>
<b>9</b>	<b>GARCIA CHONILLO JAVIER</b>	<b>17</b>	<b>5</b>
<b>10</b>	<b>DELGADO AYAUCA JAIME ROBERTO</b>	<b>16</b>	<b>6</b>
<b>11</b>	<b>CAJAS QUISHPE JOSE ANTHONY</b>	<b>16</b>	<b>6</b>
<b>12</b>	<b>PACHAY ARANA ROGER</b>	<b>17</b>	<b>5</b>
<b>13</b>	<b>RODRIGUEZ REYES ANDY GILMAR</b>	<b>16</b>	<b>6</b>
	<b>Total general</b>	<b>215</b>	<b>71</b>

Se considera que para medir la satisfacción se divide los aspectos positivos para el total de preguntas de la evaluación.

Por ejemplo, el asesor Xavier Espín contestó positivamente 16 preguntas de las 22 lo que daría un 72,70% de satisfacción de los aspectos laborales consultados. Este procedimiento se lo

efectuó entre ambos grupos a continuación, los resultados:

N.	ASESOR DE SERVICIO	ASP POSITIVOS	ASP NEGATIVOS	SATISFACCION
1	HERRERA MARTINEZ LUIGI ERNESTO	13	9	0,59
2	ESPIN FALCONES EDWIN XAVIER	16	6	0,73
3	IÑIGUEZ GOMEZ ANA PAULA	13	9	0,59
4	RUIZ CORNEJO KEYLA	11	11	0,50
5	ANDRADE PIEDAR JONATHAN ISRAEL	13	9	0,59
6	CAMPOSANO DOMINGUEZ ROBERTO	13	9	0,59
7	MARISCAL POMBOZA WILLIAM ROBER	16	6	0,73
<b>Total general</b>		95	59	

**En asesores podemos evidenciar las siguientes referencias:**

Satisfacción Mayor: 0,73

**Satisfacción Promedio: 0,62**

Satisfacción Menor: 0,50

N.	TECNICOS	ASP POSITIVOS	ASP NEGATIVOS	SATISFACCION
1	INTRIAGO HOLGUIN ANGEL FERNAND	17	5	0,77
2	INTRIAGO MERO ANTHONY ISRAEL	17	5	0,77
3	MEJIA GUARTASACA ANGEL FABIAN	17	5	0,77
4	AMADOR ALVARADO JOSE LUIS	13	9	0,59
5	ZAMBRANO GONZALEZ TOMAS EDISON	18	4	0,82
6	QUINTO JIMENEZ EDISON FELIPE	17	5	0,77
7	MENDEZ QUINDE BRYAN AGUSTIN	17	5	0,77
8	MARTÍNEZ SUÁREZ	17	5	0,77
9	GARCIA CHONILLO JAVIER	17	5	0,77
10	DELGADO AYAUCA JAIME ROBERTO	16	6	0,73
11	CAJAS QUISHPE JOSE ANTHONY	16	6	0,73
12	PACHAY ARANA ROGER	17	5	0,73
13	RODRIGUEZ REYES ANDY GILMAR	16	6	0,77
<b>Total general</b>		215	71	

**En asesores podemos evidenciar las siguientes referencias:**

Satisfacción Mayor: 0,82

**Satisfacción Promedio: 0,75**

Satisfacción Menor: 0,59

En la comparación de ambos grupos de personal, asesores y técnicos, se visualiza que en términos de satisfacción de su entorno laboral los asesores tienen mayor tendencia a la inconformidad (62% de satisfacción) mientras que el personal técnico está más conforme (75% de satisfacción)

**Relación entre las variables de Productividad y Satisfacción.** – En la realización de los cálculos de productividad y satisfacción para el personal del área de postventa de la concesionaria, previo a realizar el cálculo y análisis de la correlación, se consolida la información en una sola tabla:

<b>N.</b>	<b>PERSONAL</b>	<b>PRODUCTIVIDAD</b>	<b>SATISFACCION</b>
<b>TEC 1</b>	INTRIAGO HOLGUIN ANGEL FERNAND	1,49	0,77
<b>TEC 2</b>	INTRIAGO MERO ANTHONY ISRAEL	1,19	0,77
<b>TEC 3</b>	MEJIA GUARTASACA ANGEL FABIAN	1,13	0,77
<b>TEC 4</b>	AMADOR ALVARADO JOSE LUIS	1,10	0,59
<b>TEC 5</b>	ZAMBRANO GONZALEZ TOMAS EDISON	1,09	0,82
<b>TEC 6</b>	QUINTO JIMENEZ EDISON FELIPE	0,99	0,77
<b>TEC 7</b>	MENDEZ QUINDE BRYAN AGUSTIN	0,79	0,77
<b>TEC 8</b>	MARTÍNEZ SUÁREZ	0,76	0,77
<b>TEC 9</b>	GARCIA CHONILLO JAVIER	0,80	0,77
<b>TEC 10</b>	DELGADO AYAUCA JAIME ROBERTO	0,79	0,73
<b>TEC 11</b>	CAJAS QUISHPE JOSE ANTHONY	0,65	0,73
<b>TEC 12</b>	PACHAY ARANA ROGER	0,49	0,77
<b>TEC 13</b>	RODRIGUEZ REYES ANDY GILMAR	0,22	0,73
<b>ASE 1</b>	HERRERA MARTINEZ LUIGI ERNESTO	0,46	0,59
<b>ASE 2</b>	ESPIN FALCONES EDWIN XAVIER	0,86	0,73
<b>ASE 3</b>	IÑIGUEZ GOMEZ ANA PAULA	0,97	0,59
<b>ASE 4</b>	RUIZ CORNEJO KEYLA	1,14	0,50
<b>ASE 5</b>	ANDRADE PIEDAR JONATHAN ISRAEL	0,08	0,59
<b>ASE 6</b>	CAMPOSANO DOMINGUEZ ROBERTO	0,59	0,59
<b>ASE 7</b>	MARISCAL POMBOZA WILLIAM ROBER	0,12	0,73



Se procede mediante las herramientas estadísticas a hacer el cálculo de la correlación.

Resumen

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente de correlación múltiple	0,164789218
Coefficiente de determinación R <sup>2</sup>	0,027155486
R <sup>2</sup> ajustado	-0,026891431
Error típico	0,381460612
Observaciones	20

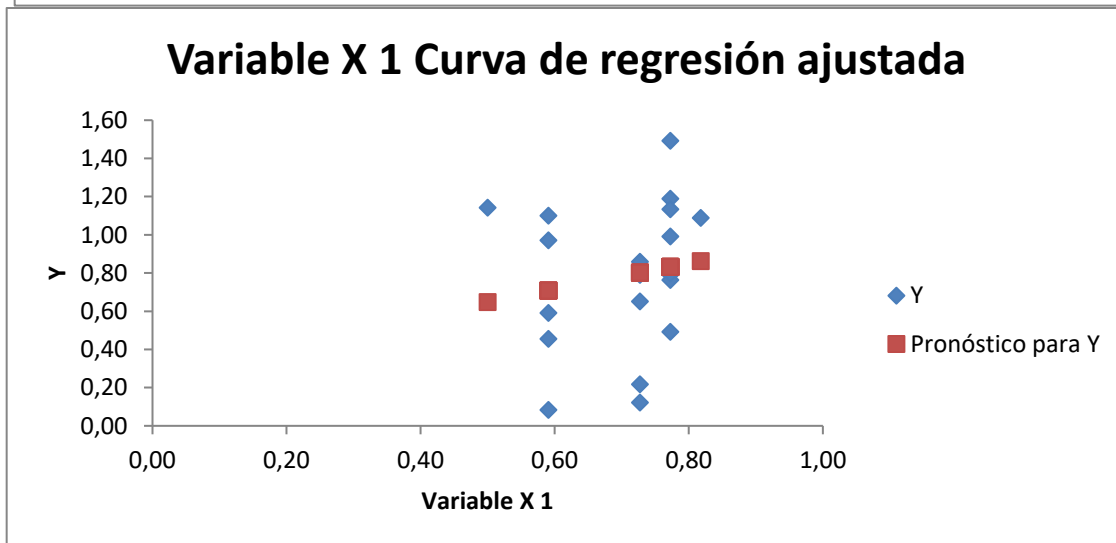
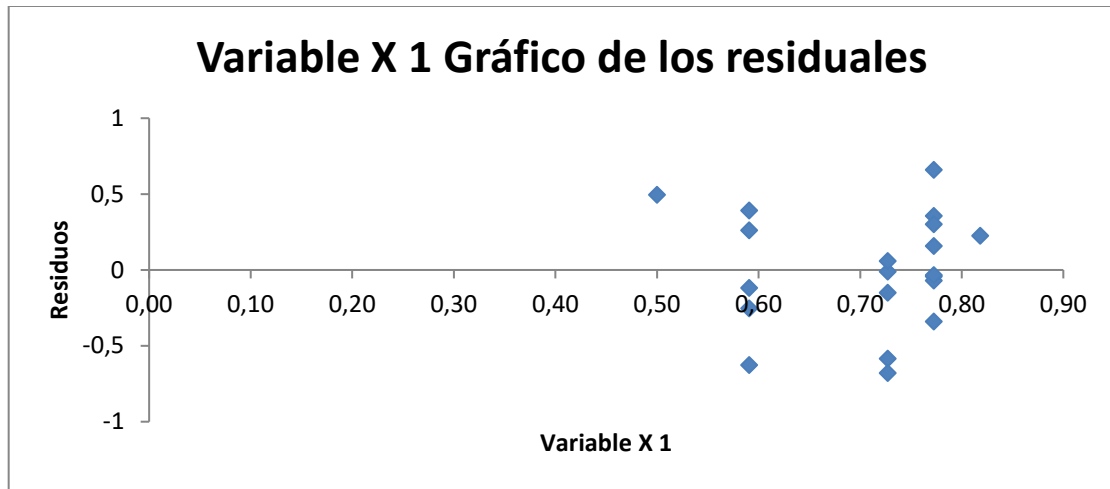
ANÁLISIS DE VARIANZA

	<i>Grados de libertad</i>	<i>Suma de cuadrados</i>	<i>Promedio de los cuadrados</i>	<i>F</i>	<i>Valor crítico de F</i>
Regresión	1	0,073111562	0,073111562	0,502442836	0,48750853
Residuos	18	2,619219572	0,145512198		
Total	19	2,692331133			

	<i>Coefficientes</i>	<i>Error típico</i>	<i>Estadístico t</i>	<i>Probabilidad</i>	<i>Inferior 95%</i>	<i>Superior 95%</i>	<i>Inferior 95,0%</i>	<i>Superior 95,0%</i>
Intercepción	0,308404765	0,679185223	0,454080499	0,655198483	-1,118510439	1,735319968	-1,118510439	1,735319968
Variable X 1	0,677907359	0,956372367	0,708832023	0,48750853	-1,331356425	2,687171144	-1,331356425	2,687171144

Análisis de los residuales

<i>Observación</i>	<i>Pronóstico para Y</i>	<i>Residuos</i>
1	0,832242269	0,659837844
2	0,832242269	0,356893905
3	0,832242269	0,301610003
4	0,708986386	0,39179619
5	0,86305624	0,225170654
6	0,832242269	0,158458109
7	0,832242269	-0,042758179
8	0,832242269	-0,069032421
9	0,832242269	-0,033278633
10	0,801428299	-0,01095292
11	0,801428299	-0,150903299
12	0,832242269	-0,340574845
13	0,801428299	-0,583723753
14	0,708986386	-0,253650496
15	0,801428299	0,057876152
16	0,708986386	0,262255186
17	0,647358444	0,494693576
18	0,708986386	-0,626290553
19	0,708986386	-0,11810059
20	0,801428299	-0,679325931



## CONCLUSIONES

Con base a la información recibida y al análisis mediante la metodología aplicada se concluye concluir lo siguiente: Existe una productividad promedio de 0,79; en cuanto a la satisfacción promedio es de 0,70. Así mismo, el grupo de asesores de servicio (atención al cliente) son los que menor satisfacción tiene 0,62; mientras que el grupo de técnicas automotrices son los que mayor satisfacción tiene 0,75 a diferencia del grupo de asesores de servicio (atención al cliente) son los que menor productividad tiene 0,60. Finalmente, el grupo de técnicas automotrices son los que mayor productividad tiene 0,88.

Por lo tanto, se brinda recomendaciones con el objetivo de elevar el nivel de satisfacción y conjuntamente a productividad del área de postventa:

Como el **seleccionar mejores talentos.** – en caso de nuevas incorporaciones que se realicen procesos de selección de personal que asegure que el conocimiento y aptitudes vayan relacionado con el puesto a ocupar, **establecer metas y objetivos.** – que estén orientados a la visión, misión y estrategia corporativa, permitirá definir los indicadores y parámetros que se consideren críticos de seguimiento y medición, **aclarar las responsabilidades.** - es importante que cada integrante sepa sus responsabilidades y que se definan su alcance y como la empresa va a medir su desempeño, **estructurar un plan estratégico eficiente.** - identificar los factores que pueden influir en el consumo de los servicios y productos ofertados, establecer un plan estratégico para minimizar riesgo y maximizar las oportunidades de éxito en los objetivos planteados tanto en lo económico como en lo relacionado a la efectividad / productividad del personal, **priorizar comunicación interna.** - Procurar involucrar al personal en la revisión de seguimiento y avance de resultados, fomentar la pro-actividad en busca de soluciones, establecer nuevas prácticas o procesos de producción y atención al cliente y sentirse parte de la solución resulta ser motivante para las personas, **proporcionar un buen ambiente laboral.** – con la finalidad de sentirse cómodo en la empresa es un punto relevante para que las personas logren optimizar su rendimiento, **motivar y reconocer el valor de cada trabajador.** - establecer con base al cumplimiento o sobrecumplimiento reconocimientos financieros (aumento de la remuneración, comisiones y beneficios) y no financieros (reconocimiento verbal, plan de carrera, oportunidades de desarrollo y de aprendizaje), **revisar procesos internos.** - Evaluar los procesos para identificar obstáculos, problemas y fallas en la planificación, verificar el índice de repetición de

tareas, nivel de burocracia y otros aspectos que interfieran en el desarrollo adecuado. Buscar procesos sencillos por lo general hace que la productividad y satisfacción aumenten.

## **RECOMENDACIONES**

Es así que, finalmente como conclusión y recomendación se considera necesario la Gestión de tiempo y Mejora Continua continuar brindando más servicios a más personas lo cual se reflejará en los resultados económicos de la empresa. De allí que es importante trabajar en el personal para generar ese compromiso en el apoyo al proceso, cumplimiento de la agenda, visualizar nuevas oportunidades de mejorar, anticipar cambios en el mercado, diseñar nuevas y mejores formas de vincularse con su mercado objetivo.

Con el convencimiento de haber aportado con un estudio, un análisis y un aporte de recomendaciones a aplicar que con el liderazgo de las personas encargadas y el soporte del personal estamos ávidos de esperar nuevos y mejores resultados.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica* (Primera ed.). (Brujas, Ed.) Córdoba, Argentina.
- Marín Acosta, M. D. (2018). MOTIVACIÓN TRASCENDENTE Y DESEMPEÑO LABORAL EN LOS TRABAJADORES DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO UNICENTER, LOS OLIVOS, 2018. 25. Lima, Perú. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/25414/Mar%c3%adn\\_AMD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/25414/Mar%c3%adn_AMD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Melero Águila, N. (11 de Diciembre de 2011). EL PARADIGMA CRÍTICO Y LOS APORTES DE LA INVESTIGACION ACCIÓN PARTICIPATIVA EN LA TRANSFORMACIÓN DE LA REALIDAD SOCIAL: UN ANÁLISIS DESDE LAS CIENCIAS SOCIALES. 6. Sevilla, España. Obtenido de [https://institucional.us.es/revistas/cuestiones/21/art\\_14.pdf](https://institucional.us.es/revistas/cuestiones/21/art_14.pdf)
- Ospina Rodríguez, J. (Julio-Diciembre de 2006). La motivación, motor del aprendizaje. *Scielo*, IX(2). Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1692-72732006000200017&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1692-72732006000200017&script=sci_arttext)
- Otero Ortega, A. (2018). Enfoque de investigacion. 9. Barranquilla, Colombia. Obtenido de <https://www.researchgate.net/publication/326905435>
- Puma, M., & Estrada, E. (mayo-junio de 2020). La motivación laboral y el compromiso organizacional. *Ciencia y Desarrollo*, 2. Obtenido de <https://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/CYD/article/view/2141/2263#>
- Rodriguez , F., & Gomez Bravo, L. (1991). *Indicadores de Calidad y Productividad en la Empresa* (Primera ed.). Venezuela : Nuevos Tiempos. Obtenido de <https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/863/Indicadores%20de%20calidad%20y%20productividad%20en%20la%20empresa.PDF?sequence=1&isAllowed=y>

Rojas Paredes, C. F. (2020). La motivación intrínseca y su influencia en el desempeño laboral de los trabajadores del sector hidrocarburos, empresa Graña y Montero, Arequipa 2019. 28. Arequipa, Colombia. Obtenido de [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/8070/2/IV\\_FIN\\_108\\_TI\\_%20Rojas\\_Paredes\\_2020.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/8070/2/IV_FIN_108_TI_%20Rojas_Paredes_2020.pdf)

Rojas Paredes, C. F. (2020). La motivación intrínseca y su influencia en el desempeño laboral de los trabajadores del sector hidrocarburos, empresa Graña y Montero, Arequipa 2019. 30. Arequipa, Colombia. Obtenido de [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/8070/2/IV\\_FIN\\_108\\_TI\\_%20Rojas\\_Paredes\\_2020.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/8070/2/IV_FIN_108_TI_%20Rojas_Paredes_2020.pdf)

Valdivia Gonzáles, M. L. (2021). MOTIVACIÓN EXTRÍNSECA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA HAPPYLAND HUÁNUCO 2021. 7. HUÁNUCO. Obtenido de <https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/7313/TAD00734V19.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Zurita, J., Llerena, E. A., Guerrero, C. A., & Fierro, S. (Octubre-Diciembre de 2023). Motivación laboral del personal y productividad: elementos esenciales para el. *Dominio de las ciencias*, 9(4), 8. Obtenido de <file:///C:/Users/albap/Downloads/Motivacio%CC%81n+laboral+del+personal+y+pr+oductividad+elementos+esenciales+para+el+desarrollo+organizacional.pdf>

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín. (s.f.). Capítulo III . 3. Venezuela. Obtenido de <https://virtual.urbe.edu/tesispub/0094430/cap03.pdf>