

**EL INCENTIVO MONETARIO COMO FACTOR
IMPORTANTE DE MOTIVACION PARA EL
DESEMPEÑO DE LOS ASESORES
COMERCIALES DE UNA ENTIDAD
FINANCIERA**

Gloria Esperanza Moreno Diaz

John González Veloza

EL INCENTIVO MONETARIO COMO FACTOR IMPORTANTE DE MOTIVACION PARA EL DESEMPEÑO DE LOS ASESORES COMERCIALES DE UNA ENTIDAD FINANCIERA

THE MONETARY INCENTIVE AS AN IMPORTANT FACTOR OF MOTIVATION FOR THE PERFORMANCE OF THE BUSINESS ADVISORS OF A FINANCIAL INSTITUTION

Gloria Esperanza Moreno Diaz
gemorenod@libertadores.edu.co

John González Veloza
jjgonzalezv02@libertadores.edu.co

Fundación Universitaria Los Libertadores.

RESUMEN

En el presente artículo se presentan los resultados del estudio de tres grupos de asesores comerciales de una entidad financiera para entender la importancia del incentivo salarial en el desempeño de los empleados, los individuos se seleccionaron según el beneficio recibido, de esta manera se obtuvieron tres grupos, así: un grupo de asesores que recibe incentivo monetario, otro grupo con incentivo no monetario y el tercer grupo que no recibe ningún tipo incentivo. Para esto, se realizó una prueba anova, con la que se obtuvo evidencia significativa (valor $p= 1.26e-05$) para concluir que existe una diferencia razonable en el desempeño de los asesores comerciales con incentivo monetario e incentivo no monetario.

Palabras clave: Incentivo, motivación, asesor comercial, cumplimiento, ANOVA

ABSTRACT

This article presents the results of the study of three groups of commercial advisers of a financial institution to understand the importance of the salary incentive in the performance of the employees, the individuals were selected according to the benefit received, in this way three groups were obtained: one group of advisers that receives a monetary incentive, another group with a non-monetary incentive and the third group that does not receive any type of incentive. For this, an anova test was performed, with which significant evidence was obtained (p value = $1.26e-05$) to conclude that there is a reasonable difference in the performance of commercial advisers with monetary incentive and non-monetary incentive.

Keywords: incentive, motivation, bank, seller, compliance, ANOVA



INTRODUCCIÓN

El presente trabajo parte de la necesidad de estudiar la forma en que las entidades financieras aplican su sistema de compensación con beneficios monetarios y el impacto que tiene en el desempeño del equipo comercial. Para entender la importancia del incentivo salarial en el rendimiento y motivación de los asesores comerciales con el objetivo de mejorar el bienestar y la calidad de vida de los trabajadores y por ende la productividad que se verá reflejada en la rentabilidad del negocio. Las justificaciones de esta razón están basadas en dos argumentos: el primero en el hecho ocurrido entre febrero y marzo el año 2018 en una entidad financiera donde se aprobó un producto de Libre Inversión exclusivo para los funcionarios de la entidad. Esto hizo que se elevaran las solicitudes de créditos en esta línea y por lo tanto la ejecución de los asesores. A finales de abril la entidad decidió que los créditos de funcionarios no serían tenidos en cuenta en el plan de incentivos de los asesores. El cambio imprevisto fue percibido como injusto y causó desánimo en los asesores. Esta actitud de desmotivación se reflejó en las ejecuciones integrales en los meses siguientes. El segundo argumento es el estudio realizado por Opsahl y Dunette (1966) sobre la significancia del dinero y su relación con el desempeño de los trabajadores. En este documento se presenta la teoría sobre el dinero como un factor que es necesario mantener y aumentar para evitar el descontento, pero que no aumenta la

satisfacción del empleado a futuro, en otras palabras “Algo de dinero impide que estemos descontentos, pero más dinero no nos satisface más”

El trabajo que aquí se presenta pretende establecer la diferencia en el desempeño de un empleado con incentivo monetario y uno que no lo tiene o que tiene otro tipo de incentivo y así se pueda observar la importancia de un sistema de compensación con incentivos monetarios y no monetarios. Desde esta perspectiva se decide aportar un mecanismo para la revisión del sistema de compensación de la entidad financiera, que incorpora una metodología que señala las diferencias o similitudes en los resultados de dos o más grupos con tratamientos diferentes, los resultados del estudio permitirán conocer la relación entre el desempeño y el incentivo otorgado para que se tenga en cuenta en la elaboración, ajustes y modificaciones anuales del plan de beneficios.

REFERENTES TEÓRICOS

En seguida se presentan algunas definiciones importantes utilizadas en este documento.

Sistema de Incentivos

Un sistema completo de salario para los empleados comprende salario base y salario basado en competencias que motivan a los empleados a avanzar a puestos de mayor responsabilidad. El pago por desempeño es un incentivo para mejorar el desempeño en el puesto. (Newstrom, 2007). Por



consiguiente, las empresas buscan formas de optimizar la producción o las ventas y para esto llevan a cabo planes con el objetivo de incentivar a sus empleados para producir mejores resultados. (Parkin & Loria, 2010)

Incentivo Monetario: Lo que recibe el empleado en forma de salario, bonos, premios y comisiones se conoce como recompensa financiera o incentivo monetario (Chiavenato, 2009).

Incentivo No monetario: Los premios no financieros son estrategias de las empresas para hacer más felices a sus empleados, este tipo de incentivo depende de la cultura organizacional. (Chiavenato, 2009)

Salario Emocional El salario emocional busca un equilibrio entre la vida personal y familiar con la vida laboral, para que el empleado se sienta feliz en su lugar de trabajo y no quiera cambiarlo por una mejor oferta económica. (Jericó, 2011)

Desempeño de asesores comerciales cuando se habla del desempeño laboral de un asesor comercial este va ligado a la venta de los productos o servicios, da cuenta del aporte que hace el vendedor a las metas, en otras palabras, la conducta del vendedor es la adecuada o no de acuerdo con las ventas realizadas.

Calculo Índice de Cumplimiento El índice de cumplimiento reporta una cantidad de rendimiento de los vendedores, es decir que a partir de los resultados obtenidos cuantifica su desempeño. Para obtener el

índice de cumplimiento se dividen las ventas realizadas por un empleado durante un periodo por las ventas esperadas. (Newstrom, 2007)

METODOLOGÍA

El estudio realizado es descriptivo con una orientación cuantitativa que tiene como propósito determinar la existencia de diferencias significativas en el promedio de cumplimiento de tres grupos de asesores comerciales de una entidad financiera a través de una prueba anova. El cumplimiento integral de los asesores se mide de forma mensual, su cálculo se realiza obteniendo el cociente de la ejecución total de las ventas y la meta establecida, luego se promedia el cumplimiento total de desembolsos y el cumplimiento de la oficina y de esta manera se obtiene el porcentaje de cumplimiento integral. Se seleccionaron tres grupos de asesores para el estudio y 8 variables que se relacionan en las tablas 1 y 2.

Tabla 1. Grupos de asesores

Grupo	Tamaño muestra
Incentivo Monetario	190
Incentivo No monetario	20
Sin incentivo	15

Tabla 2. Variables del estudio

Variables	Incentivo Monetario	Incentivo No monetario	Sin incentivo
Cumplimiento	Median:0.781	Median:0.843	Median :0.753
Promedio Año	Mean :0.784	Mean :0.858	Mean :0.786

Edad	29.08	31.15	30.13
Número de Hijos*	2	0	0
Nivel de Formación*	3- Estudiante Universitario	4-Profesional Universitario	3-Estudiante Universitario
Años de Antigüedad	8.353	10.15	9.607
Incapacidades Anuales*	1	1	1
Cursos anuales realizados*	1	1	1

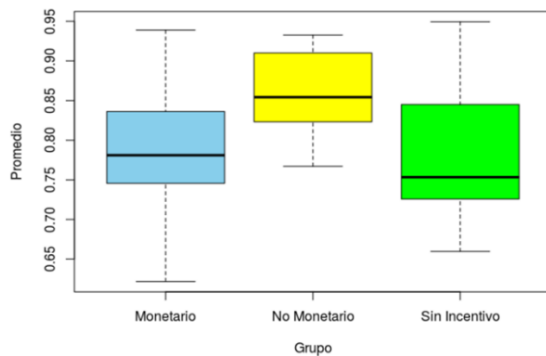
*moda

El grupo Incentivo Monetario, tiene un coeficiente de asimetría de -0.02 y una curtosis de 2.53. El grupo Incentivo No Monetario tiene un coeficiente de asimetría de 0.03 y una curtosis de 2.37. Finalmente, el grupo Sin Incentivo tiene un coeficiente de asimetría de 0.56 y una curtosis de 2.14. No se observan datos atípicos.

RESULTADOS

Descripción de los datos

Figura 1. Boxplot medidas descriptivas grupos de asesores



A partir de un boxplot (Figura 1) se presenta un resumen de las medidas descriptivas más importantes de los datos, así:

Se observa que la mediana en los tres grupos es menor que la media, que representa una distribución sesgada a la izquierda. La mediana del grupo sin incentivo es menor que las demás, es decir que la mitad de los asesores tienen un cumplimiento promedio por debajo de 75%

Se realizó un análisis de correlación entre las variables edad, número de Hijos, nivel de formación, años de Antigüedad, numero de incapacidades anuales y número de cursos anuales realizados y se evidenció que la correlación de estas variables con el cumplimiento integral no es significativa.

Comprobación de los supuestos: Normalidad, Independencia y Homocedasticidad

Normalidad: Anderson-Darling normality test p valor= 0.1042, mayor que el nivel de significancia (0.05), por lo que se concluye que los datos tienen una distribución normal.

Independencia: Pearson's Chi-squared test p valor=0.0029, menor que el nivel de significancia (0.05), por lo que se concluye que las variables son independientes.

Homocedasticidad: Bartlett test of homogeneity of variances p valor=0.0956 mayor que el nivel de significancia (0.05), por lo que se concluye que existe igualdad de varianzas entre las variables.

Test Anova

Una vez realizada la prueba anova de Grupo y Cumplimiento integral con una significancia de 0.05, se encontró que el p-valor es de $1.26e-05$, menor que el nivel de significancia, de esa manera hay suficiente evidencia estadística para afirmar que no todas las medias grupales son iguales.

Contrastes POST-HOC

Se realizó una prueba post hoc para identificar grupos iguales de medias que no se diferencian entre sí, con la comparación de múltiples medias de Tukey, con el 95% de confianza. En la salida del contraste post-hoc se encontró que las diferencias más significativas están entre los grupos: Incentivo No Monetario e Incentivo Monetario con un valor p ajustado de 0.0000065, y el grupo Sin Incentivo e Incentivo No Monetario con valor p ajustado de 0.0036541. Esto nos permite concluir que las diferencias más significativas están dadas por el incentivo de carácter No monetario y se comprueba que es un factor importante en el desempeño de los asesores comerciales.

CONCLUSIONES

Se pudo comprobar, mediante un análisis de correlación que las variables edad, número de hijos, nivel de formación, años de antigüedad, número de incapacidades, número de cursos anuales tiene una correlación que no es significativa con la variable cumplimiento integral.

Se pudo establecer la existencia de diferencias significativas entre los resultados de los grupos de los asesores de acuerdo con el incentivo entregado o la ausencia de este. A través del análisis Anova, se determina que existe suficiente evidencia estadística para afirmar que no todas las medias grupales son iguales, las diferencias más significativas se hallan en los grupos asesores con incentivo monetario y asesores con incentivo No monetario.

Mediante el contraste posthoc se pudo establecer que las diferencias más significativas en el desempeño promedio de los asesores se encuentran entre los grupos: asesores con Incentivo No Monetario e Incentivo Monetario y el grupo Sin Incentivo e Incentivo No Monetario.

Las diferencias en la ejecución promedio halladas permiten afirmar que el incentivo monetario no es un factor importante en el desempeño de los asesores comerciales, ya que las pruebas demostraron que tiene mayor importancia el incentivo No monetario para el desempeño.

DISCUSION DE RESULTADOS

Una fortaleza del ejercicio es el resultado obtenido en la existencia de diferencias entre las medias de los grupos, con esta información la organización podrá ajustar el plan de incentivos con enfoques dirigidos a potenciar los beneficios de los grupos de asesores, redefinir las metas o el método para calcular el índice de cumplimiento.

Las variables que se tuvieron en cuenta para el estudio fueron seleccionadas para determinar su influencia en el cumplimiento integral de los asesores comerciales; sin embargo, el resultado del análisis de correlación muestra que el valor de la relación entre las variables edad, número de hijos, nivel de formación, años de

antigüedad, número de incapacidades y cursos anuales realizados con la variable cumplimiento integral no es significativo.

Por restricciones en la información, en este estudio se incluyó al 17% de los asesores comerciales de la entidad financiera, de los asesores que si se obtuvo información podrían tener mejor desempeño promedio que los que no fueron incluidos, por lo que se podría estar sobrestimando el porcentaje de cumplimiento.

Jericó, P. (2011). *La nueva gestión del talento*. Madrid, España: Pearson Education.

Newstrom, J. (2007). *Comportamiento humano en el trabajo*. Mexico DF: McGraw Hill.

Opsahl, R., & Dunnette, M. (1966). *Role of financial compensation in industrial motivation*. Psychological Bulletin. Washington: American Psychological Association.

Parkin, M., & Loria, E. (2010). *microeconomía. Versión para Latinoamérica*. México DF: Pearson Education.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano*. México DF: McGraw Hill.

Gamboa Jiménez, A. S., Martínez Tinjacá, J. P., & González Veloza, J. (2020). *Revisión del desempeño del proceso de llenado de una emulsión. Estudio de Caso: Envasadora Perry*. *Noria Investigación Educativa*, 2(6), 129-146.
<https://doi.org/10.14483/25905791.16684>