



# **UNIVERSIDAD DE SOTAVENTO A.C.**



---

---

ESTUDIOS INCORPORADOS A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

**“LA IMPORTANCIA DEL DESARROLLO DE HABILIDADES  
HUMANAS CON RELACIÓN AL VALOR COGNOSCITIVO DE LOS  
RECURSOS HUMANOS”**

**TESIS PROFESIONAL  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADA EN PSICOLOGÍA**

PRESENTA:

**JUDITH LALO LEON**

ASESOR DE TESIS:

**LIC. ADRIÁN PORFIRIO MÉNDEZ FERNÁNDEZ**

Coatzacoalcos, Veracruz

AGOSTO 2014



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## **AGRADECIMIENTOS**

A toda mi familia por el amor y el apoyo que me han brindado, con inmensa gratitud a mis padres que tienen fe en mí y están a mi lado en cada paso que doy. A mis maestros por compartir su experiencia. A todos mis amigos que siempre han echado muchas porras y a esas personas especiales que cada día me visualizan mi potencial y sobre todo gracias a Dios por darme la fuerza de voluntad para terminar todo lo que empiezo.

A todos Gracias...

## INDICE

1.	Introducción.....	4
2.	Justificación .....	5
3.	Hipótesis .....	6
4.	Marco teórico.....	7
	4.1 Marco Histórico .....	8
	4.2 Necesidades básicas del ser humano.....	13
	4.2.1 Teoría jerárquica de necesidades de Maslow .....	13
	4.2.2 Las teorías X y Y Douglas Mc Gregor .....	17
	4.2.2.1 Teoría X .....	17
	4.2.2.2 Teoría Y .....	18
	4.2.3 Concepto del Yo .....	20
	4.2.4 Teorías de las necesidades de David McClelland.....	22
5	Investigación y Desarrollo .....	29
6	Análisis de datos y resultados.....	32
	6.1 Escala de Likert.....	32
	6.1.2 Nivel de carisma que poseen los vendedores.....	33
	6.1.3 Tolerancia al trato con las personas.....	35
	6.1.4 Servicio al cliente.....	36
	6.1.5 Capacidad de observación.....	37
	6.1.6 Nivel de empatía.....	39
	6.1.7 Ánimo laboral.....	40
	6.1.8 Capacitación.....	41
	6.1.9 Trabajo en equipo.....	42
	6.2 Análisis de test caracterológico.....	44
7	Conclusión.....	48
8	Bibliografía.....	49

## 1. INTRODUCCION

Construir una fuerza de ventas exitosa no consiste solamente en contratar vendedores; se necesita habilidad para seleccionar a la persona adecuada, que tenga atributos necesarios o el perfil para poder cubrir este puesto que requiere de empatía.

Hoy en día las organizaciones no sólo dependen de excelentes productos o servicios para tener éxito en el mercado, se necesitan también estrategias de mercadeo, campañas publicitarias, logística de distribución, etc., variables que en su conjunto llevarán a una compañía al éxito. Dentro de estas variables, la consolidación de una fuerza de ventas forma parte fundamental e integral para el crecimiento de una pequeña y grande empresa.

A diferencia de las grandes corporaciones en donde las inmensas inversiones en medios publicitarios prácticamente les garantizan que sus productos se “vendan solos”, la mayoría de pequeñas y grandes empresas utilizan fuerzas de ventas para comercializar sus productos y esto hace una diferencia fundamental.

El éxito reside entonces en el talento con el que cuentan los vendedores, el cual no depende únicamente de su capacitación en el producto, sino también en una serie de atributos personales que el agente de ventas debe tener. La realidad es que la mayoría de las personas en algún momento de su vida han utilizado alguna características para vender o comprar un producto, sin embargo, no todas las personas son aptas para desempeñar exitosamente una labor de ventas.

## **2. JUSTIFICACION**

Este trabajo surge de mi necesidad de demostrar el valor de las habilidades de ventas respecto al valor cognoscitivo representado en las empresas a través de la capacitación, a través de un estudio experimental realizado con el personal de una compañía automotriz, a fin de que al seleccionar el personal de ventas se establezca exámenes de personalidad para poder así realizar un buen reclutamiento y dejar de rotar personal

La empresa GMC Coatzacoalcos será beneficiada tanto ella como a los mismos con el replanteamiento de sus debilidades, haciendo mas fuerte la capacitacion para los siguientes vendedores o volver a capacitar a los ya capacitados con las nuevas tecnicas. La psicologia aplicada en el ambito laboral los beneficia tanto en la relacion como en las tecnicas de trabajo y como funciona cada departamento y sus operaciones y lo mejor, las capacitaciones eficientes que se le pueden proporcionar a los empleados.

### **3. HIPOTESIS**

Los trabajadores de GMC Coatzacoalcos, necesitan desarrollar habilidades de observación, disciplina, tolerancia a la frustración, empatía y, actitud de servicio, para lograr una venta mediante programas de capacitación y actualización.

## 4. MARCO TEORICO

La psicología como ciencia que se ocupa del estudio de la conducta humana centra su eje de estudio en un aspecto muy particular, el hacer, es decir el hombre tiene la capacidad de transformar la naturaleza y su relación con la misma formando carácter social que, haciendo un entorno en el hombre en su medio laboral, intenta explicar los complejos procesos psicológicos que se desencadenan en la interdependencia.

El compromiso como psicóloga en esta institución es capacitar al personal y hacer que desarrollen destrezas natas, que todos por medio de los errores cometidos para alcanzar las metas establecidas, se puede decir que la psicología se relaciona con la organización a través de los recursos humanos. La psicología organizacional surge con el objeto de realizar un análisis de las relaciones interpersonales dentro de la institución, optimizar su rendimiento y permitir, de esta manera, una mayor efectividad global. Una organización puede ser fuente de enriquecimiento en el desarrollo personal y promotora del bienestar. Desde esta perspectiva, el deseo de individuos y organizaciones es el nexo de tales vinculaciones y, en virtud de ello, la organización tendrá por desafío conocer, en cada empleado, cuál es el deseo y las motivaciones que lo hacen permanecer en la organización.

De esta forma haciendo esta capacitación se podrán emplear estos métodos no solo en esta área de trabajo sino en otros campos y las mismas técnicas para realizar el objetivo, que son las ventas.



## 4.1 Marco Historico

### La Calidad Total en México

Cuando nosotros pensamos en calidad pensamos en algo que tiene cierta perfección dentro de sí mismo, o que carece de deficiencias. Sin embargo, cuando nos referimos a la calidad en la administración, se habla más bien de un modelo que utiliza los principios básicos de planeación, organización, ejecución y control.

Crosby, una de las personas que han conceptualizado este rubro, explica desde una perspectiva ingenieril a la calidad como el cumplimiento de normas y requerimientos precisos. Su lema es “hacerlo bien a la primera vez, y conseguir cero defectos”.

Modelos como este de calidad surgen principalmente en Estados Unidos, y de ahí la influencia se expande hacia México en la década de los 80's. Es importante mencionar que a partir de entonces la economía mexicana ha experimentado una significativa transformación debido precisamente a esta búsqueda de niveles de competitividad internacional.

Tratados como el TLC (Tratado de Libre Comercio) han ayudado a sentar bases para mayores cambios en la economía, pues estimula nuevas inversiones. Además, promueve una mayor competitividad en las empresas nacionales, pues hace que se involucren en programas de calidad total y por lo tanto logran niveles de productividad mayores al promedio.

Sin embargo, antes de que se diera este cambio en la economía mexicana, el concepto de México frente al mundo estaba bastante deteriorado

pues se tenía una imagen de muy mala calidad. Mas una vez que la economía se abrió, el país se encontró de pronto en un mundo altamente competido, y en la actualidad la percepción de México como un país que sólo ofrece mano de obra barata cambia paulatinamente. Empresas como Ford, Chrysler y General Motors reportan que su fuerza laboral mexicana ofrece niveles de calidad y confiabilidad que no se encuentra en todos los países.

Reconocimientos como el “Premio Nacional de Calidad” son también méritos que se han instaurado para poder promover la competitividad, y se les da a empresas que tienen resultados sobresalientes en calidad, atención al cliente y calidad de vida en el trabajo.

Ahora será imprescindible que México compense su atraso tecnológico con una mayor atención a la calidad de su manufactura y servicios, y sus trabajadores tendrán que tomar parte en este desarrollo para que al final puedan ser compensados.

En México aproximadamente el 50 % de la población es menor de 19 años. Es un país grande y joven con muchas necesidades insatisfechas y por lo tanto con muchas oportunidades

El proceso de industrialización empezó en México a finales del siglo XIX con la producción de textiles, alimentos, cerveza y tabaco. Sin embargo, no fue sino hasta 1940 que comenzó un fuerte movimiento de industrialización basado en la política de sustitución de importaciones.

La política de industrialización adoptada por México desde 1940 ha generado entre otros, los siguientes problemas:

- a. El desarrollo de una economía que ofrece productos y servicios de baja calidad, poco competitivos en precio y calidad en los mercados internacionales.

- b. La sustitución de la capacidad instalada en las organizaciones principalmente industriales, sobre todo en lo que corresponde a la pequeña y mediana industria, que siempre se encuentra en una posición débil para afrontar problemas económicos como los ocurridos en 1976, 1986 y 1994.
- c. La actividad económica se concentra principalmente en 3 regiones: Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey que acumulan el 70 % del valor agregado.
- d. México no ha sido capaz de desarrollar su propia tecnología, y depende constantemente de la importada con la consecuente baja competitividad.
- e. El desorden con el que la economía ha crecido propició el incremento de los niveles de contaminación observados en algunas de las ciudades más importantes
- f. No hay suficiente ahorro e inversiones para renovar las instalaciones productivas y crear o mantener la infraestructura económica.

Las empresas mexicanas crecieron acostumbradas a obtener ganancias fáciles y rápidas al poder operar protegidas de la competencia internacional, lo cual aunado al control de precios ejercido en los años setenta, reforzó su desinterés y apatía por invertir en nuevas tecnologías e infraestructura. Por otro lado, conforme la economía fue progresando, la demanda de bienes intermedios y de capital se incrementó a grado tal que no pudo ser satisfecha por los proveedores nacionales. Debido a la estrategia adoptada por México y a sus consecuencias relacionadas, el país no pudo compensar con exportaciones el incremento en importaciones, lo cual trajo como consecuencia un desbalance cada vez peor en relación con el comercio de bienes manufacturados.

Para mediados de los ochenta se introdujeron políticas de liberalización comercial con el objeto de estimular las exportaciones. A partir de entonces, la economía mexicana ha experimentado una significativa transformación en respuesta a la amplia gama de reformas de la política comercial y de la búsqueda de niveles de competitividad internacional.

Sin embargo, es importante reconocer que los cambios hacia una economía abierta no pueden ser evaluados en un periodo corto, ya que necesitan de un plazo mayor para traer los beneficios esperados en términos de bienestar, debido a que otras variables no económicas como turbulencias políticas asociadas a la consolidación de la democracia, el mejoramiento en la calidad de la educación y los cambios en valores culturales (honestidad, puntualidad, disposición al trabajo y al ahorro, etc.) requieren quizá de 20 o 30 años para madurar. Lo importante es que este proceso se ha iniciado.

El Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos de América y Canadá ha sentado las bases para mayores cambios estructurales en la economía en general; pretende estimular nuevas inversiones y promover una mayor competitividad con las empresas. Aquellas organizaciones que estén involucradas en programas de calidad total y por lo tanto logrando niveles de productividad mayores al promedio, podrán reconocer y estimular la mejora continua con mejores salarios y compensaciones que las que actualmente se otorgan en las empresas mexicanas.

Una característica de la economía mexicana es el alto grado de concentración, ya que las grandes corporaciones dominan sus respectivos mercados. La micro y pequeña empresa, que representan el 95% del total de empresas en México, son administradas en forma muy deficiente, operan por lo general con tecnología obsoleta y difícilmente pueden competir en el ámbito internacional.

El gobierno mexicano no tuvo otra opción que adoptar una política comercial menos proteccionista con una mayor competencia para los productores nacionales, los cuales fueron obligados a incrementar su eficiencia,

productividad y calidad hacia niveles internacionales para poder permanecer en el mercado.

Las organizaciones internacionales de comercio a las que México se ha adherido son: el GATT (OMC) en 1986, la OECD en 1993, un Acuerdo de Cooperación de la Unión Europea en 1991, el TLC en 1993, la APEC en 1993, y otros acuerdos bilaterales o trilaterales con diversos países de Latinoamérica.

En los últimos diez años, nuestro país se ha convertido en una nación estratégica para el resto del mundo, al ser el único que cuenta con tratados comerciales con los principales bloques económicos.

## **4.2 Necesidades Basicas del Ser Humano y Calidad**

### 4.2.1 Teoria Jerarquica de necesidades de Maslow

Durante los 1960s bajo la influencia de nuevas teorías de las motivaciones humanas y la emergencia de la administración humanística, se dieron fuertes argumentos para el enriquecimiento del trabajo y el desarrollo de arreglos alternativos como formas o medios para fomentar el interés intrínseco en el trabajo. Detrás de esas teorías estaba Elton Mayo y sus interpretaciones particulares de los experimentos de Hawthorne. Sin embargo, el trabajo de Maslow proveyó de un potencial teórico impresionante para lo que se ha llamado la neo escuela de escritores de las Relaciones humanas. De acuerdo con Morgan (1977, p36) reflejando los orígenes y la influencia de esta familia de ideas emerge una nueva teoría de la organización basada en la idea de que los individuos y los grupos operan más efectivamente cuando sus necesidades están satisfechas. Las teorías de motivación tales como las del pionero Maslow presentan al ser humano como una clase de organismo psicológico luchando por satisfacer sus necesidades en una lucha por el total crecimiento y desarrollo. La teoría de Maslow, así, tiene varias poderosas implicaciones y muchos teóricos de la administración vieron que los puestos tal como existían podían rediseñarse para crear las condiciones para fomentar el crecimiento personal que simultáneamente, podría ayudar a las organizaciones a alcanzar sus objetivos.

El integrar las necesidades de los individuos y de las organizaciones se convirtió en una fuerza poderosa y una herramienta indispensable para los pensadores del humanismo industrial sobre cómo modificar las estructuras burocráticas, los estilos de liderazgo y la organización del trabajo para, de acuerdo a los dictados de Maslow, lograr enriquecer los puestos de tal manera que las personas pudieran ejercer el autocontrol y liberaran la creatividad.

De acuerdo con Maslow, las necesidades humanas se arreglan a sí mismas en jerarquías. Lo anterior implica que la aparición de una necesidad

usualmente descansa en la satisfacción de la necesidad más prepotente. Maslow identifica cinco conjuntos de necesidades que denominó necesidades básicas: necesidades fisiológicas, necesidades de seguridad, necesidades de amor y estima, necesidades de auto –estima y, finalmente, la necesidad de autorrealización. El modelo de Maslow es esencialmente una teoría del desarrollo de la personalidad. El autor sugiere que una persona "normal", educada en la cultura occidental, crece psicológicamente pasando esas cinco etapas de predominio de las necesidades. En la infancia, las necesidades fisiológicas son particularmente intensas, seguidas de cerca por las necesidades de seguridad. En la niñez y a principios de la pubertad se manifiestan las necesidades de amor. A medida que una persona ingresa en la edad adulta las necesidades de autoestima o dominio comienzan a adecuar el comportamiento. Finalmente, en la madurez del ser adulto aparece la necesidad de autorrealización.

El arreglo jerárquico de estas necesidades o metas significa que el más prepotente objetivo monopolizará la conciencia y tenderá a organizarse ella misma el reclutamiento de las diferentes capacidades del organismo para que ésta pueda satisfacerse, mientras que las necesidades menos prepotentes se minimizan u olvidan.

El final de la pirámide contempla la autorrealización que puede variar de individuo a individuo y sólo surge cuando las otras necesidades han sido satisfechas.

Sabemos lo complejo de las motivaciones y de los valores humanos, el hombre es una criatura compleja que tiene muchos motivos para llegar a experiencias económicas, sociales y de autorrealización. En las organizaciones complejas el hombre busca incentivos extrínsecos e intrínsecos. Para muchos trabajadores sigue siendo atractiva la recompensa económica-racional; por otra parte, también están surgiendo nuevos valores, como la autorrealización.

Esos elementos cambiantes de la necesidad y el valor humanos hacen pensar que un desarrollo organizacional efectivo debe incluir una serie de

valores relacionados con la naturaleza compleja del hombre. De poderse establecer organizaciones que propicien la formación de individuos creadores, autorrealizados y responsables, cuyo valor sea fácil de ver en relación a los criterios que se han sugerido para la efectividad organizacional, hay esperanza de poder lograr desarrollar al “hombre del futuro”. El hecho de modelar a tal hombre en la organización de hoy día plantea desafíos para el individuo y la gerencia. La organización contemporánea incluye todo el espectro de experiencias humanas complejas y ricas a las que puede aplicarse esas nuevas formas humanistas y existencialistas de pensar. No sólo deben hallarse modos de ajustar al individuo diferente, sino que debe fomentarse en éste el ser diferente, logrando su “yo épico”, en el sentido que le daba Bertolt Brecht, según el cual el hombre épico amplía constantemente sus horizontes, cambia su forma de vida y avanza por caminos innovadores y de renovación. Hemos de apreciar a este hombre y aceptar esa diversidad como necesaria para satisfacer la creciente tasa de cambio que de encarar las organizaciones y la sociedad del futuro.

Lo anterior constituye la exposición más sumaria de la famosa jerarquía de las necesidades establecida por Maslow, pero es útil a nuestros propósitos siempre que recordemos que Maslow consideró que cualquier interrupción de esta progresión normal de la maduración psicológica debe perjudicar al individuo. Creía que muchos norteamericanos no pasan el nivel de desarrollo caracterizado por la autoestima es decir, que no son personalidades bien realizadas. Este problema, según Maslow vio el asunto, podía tener una relación causal con las organizaciones de trabajo en las cuales la gente pasa sus horas más importantes.

La organización de trabajo exige tanto a la gente, en el nivel del dominio, que ella no dispone del tiempo, la energía o la motivación necesarios para procurar su autorrealización. Esta situación explica en parte el conflicto fundamental entre el impulso psicológico del individuo en el sentido de la progresión normal a través de la jerarquía, hasta la autorrealización, y la necesidad de racionalidad y optimización de la organización, que restringe al individuo en el nivel del dominio.



Maslow desarrollo una preocupación en sus publicaciones de los años 1940s y 1950s, no sobre la teoría administrativa sino sobre el avance de la psicología humanística. Conjuntamente con Carl Rogers promovieron esta orientación, con la visión de convertirse en la “tercera fuerza” liberados del anclaje que suponían las raíces freudianas.

Maslow desarrolla la idea de experiencias “cumbre” como una manera de llegar a la autorrealización a través de la cuales se puede tener contacto con lo trascendente y lo sagrado.

En la visión de Maslow la administración “ilustrada” podía ser totalmente benéfica, no sólo para la administración y los trabajadores, sino para la sociedad en su conjunto porque el trabajo puede llegar a ser terapéutico psicológicamente ayudando a las personas a caminar hacia la autorrealización.

Los nuevos puntos de vista sobre el hombre, introducidos por los psicólogos humanistas y existencialistas contemporáneos, consideran a la naturaleza humana tal y como puede llegar a ser en lugar de expresar el punto de vista negativo sobre el hombre, tan común en el pasado. Maslow, Bugental, Jourard, Rogers, Frankl, Cantril, Pearls, Otto y muchos otros han reconocido la necesidad de comprender al individuo saludable, capaz de logro y de realización; hacen hincapié en el punto de vista optimista de que el hombre es potencialmente creador e innovador; por ejemplo, Maslow caracteriza a su “hombre autorrealizado” como una persona con un elevado nivel de aceptación de sí mismo y de otros, una percepción superior de la realidad, franco, con la capacidad para apreciar y la habilidad de un estadista para tomar un punto de vista respecto al mundo, sentirse parte de la raza humana y manifestar independencia. Si se agregara otra dimensión al hombre autorrealizado, sería la capacidad de crear, que es distinta al concepto de espontaneidad de Maslow.

No todos los individuos tienen verdadera capacidad creadora, pero la auto-realización liberará el talento del individuo y descubrirá capacidades cuya existencia no se sospechaba. Sabemos que muchas de nuestras instituciones sociales y culturales ahogan la capacidad de creación y la innovación, pero gran

parte de las organizaciones ignoran lo que se puede hacer para fomentar esas cualidades. La capacidad de creación del hombre podría ser infinita, la cuestión es cómo aprender a desarrollar y utilizar esas capacidades cuando “un condicionamiento negativo” limita nuestra confianza y nuestro enfoque de la vida.

#### 4.2.2 Las teorías X y Y Douglas Mcgregor

Las teorías X y Y, dos maneras excluyentes de percibir el comportamiento humano adoptadas por los gerentes para motivar a los empleados y obtener una alta productividad

Douglas McGregor fue una figura ilustre de la escuela administrativa de las relaciones humanas de gran auge en la mitad del siglo pasado, cuyas enseñanzas, muy pragmáticas por cierto, tienen aun hoy bastante aplicación a pesar de haber soportado el peso de cuatro décadas de teorías y modas gerenciales.

McGregor en su obra "El lado humano de las organizaciones" describió dos formas de pensamiento de los directivos a los cuales denominó teoría X y teoría Y. Los directivos de la primera consideran a sus subordinados como animales de trabajo que sólo se mueven ante el yugo o la amenaza, mientras que los directivos de la segunda se basan en el principio de que la gente quiere y necesita trabajar.

Veamos con más detenimiento las premisas de las dos posturas:

##### 4.2.2.1 Teoría X

Está basada en el antiguo precepto del garrote y la zanahoria y la presunción de mediocridad de las masas, se asume que los individuos tienen

tendencia natural al ocio y que como el negrito del batey (la canción) el trabajo es una forma de castigo o como dicen por ahí "trabajar es tan maluco que hasta le pagan a uno", lo cual presenta dos necesidades urgentes para la organización: la supervisión y la motivación.

Las premisas de la teoría X son:

Al ser humano medio no le gusta trabajar y evitará a toda costa hacerlo, lo cual da pie a la segunda;

En términos sencillos, los trabajadores son como los caballos: si no se les espuelea no trabajan. La gente necesita que la fuercen, controlen, dirijan y amenacen con castigos para que se esfuercen por conseguir los objetivos de la empresa; El individuo típico evitará cualquier responsabilidad, tiene poca ambición y quiere seguridad por encima de todo, por ello es necesario que lo dirijan.

*"Este comportamiento no es una consecuencia de la naturaleza del hombre. Más bien es una consecuencia de la naturaleza de las organizaciones industriales, de su filosofía, política y gestión"*

McGregor

#### 4.2.2.2 Teoría Y

Los directivos de la Teoría Y consideran que sus subordinados encuentran en su empleo una fuente de satisfacción y que se esforzarán siempre por lograr los mejores resultados para la organización, siendo así, las empresas deben liberar las aptitudes de sus trabajadores en favor de dichos resultados.

Los supuestos que fundamentan la Teoría Y son:

El desgaste físico y mental en el trabajo es tan normal como en el juego o el reposo, al individuo promedio no le disgusta el trabajo en sí; No es necesaria la coacción, la fuerza o las amenazas para que los individuos se esfuercen por conseguir los objetivos de la empresa.

Los trabajadores se comprometen con los objetivos empresariales en la medida que se les recompense por sus logros, la mejor recompensa es la satisfacción del ego y puede ser originada por el esfuerzo hecho para conseguir los objetivos de la organización.

En condiciones normales el ser humano medio aprenderá no solo a aceptar responsabilidades sino a buscarlas.

La mayoría de las personas poseen un alto grado de imaginación, creatividad e ingenio que permitirá dar solución a los problemas de la organización e integración.

La Teoría Y es la precursora de la integración de los objetivos individuales con los corporativos, en ella se basan, por ejemplo, los círculos de calidad.

#### 4.2.3 Concepto del YO.

El centro de la teoría de la personalidad de Rogers se basa en el desarrollo del concepto del sí mismo, definido como “las tendencias, el sentimiento emocional y las ideas que el individuo reconoce, interpreta y valora como propios” .Este concepto del sí mismo, según Rogers, siempre busca alcanzar la unidad y la totalidad, para alcanzar la coherencia del sí mismo; sería una de las necesidades primarias del organismo el alcanzar el estado de congruencia, entendido este como la adecuación entre experiencia y percepción.

El concepto del yo, al igual que el de todas las representaciones mentales, puede o no estar de acuerdo con las facultades reales del yo. Es decir, el yo es todo lo que puede entrar en el cuerpo y alma. El tipo de correspondencia que se tenga entre el concepto real y el concepto ideal del yo es variable de persona en persona. Es en realidad lo que la persona cree, siente, piensa, o cree q debería ser. Lo que nosotros pensamos de nosotros mismos es importante en nuestra conducta, pues siempre la persona trata de, conscientemente, de comportarse de una manera consistente con la concepción del yo. Cuando se produce una diferencia significativa entre los conceptos reales e ideales del yo se ocasionará, según Rogers, una anormalidad en la expresión del comportamiento y la personalidad de una persona.

Cuando hay discrepancia entre el concepto del yo y las experiencia reales del yo se produce lo Rogers llama la incongruencia ,que sería la “discrepancia entre el concepto del yo y las experiencias reales del yo”. Cuando se produce la incongruencia, la persona tiende a expresar sentimientos y emociones negativas(porque no corresponden al estado del yo); en estos casos, el concepto del yo pronto se encuentra distorsionado y alejado de las necesidades reales del yo, y esto trae como resultado la frustración ya que “en gran medida su conducta y los sentimientos que experimenta son irreales y no se originan en las verdaderas reacciones de su organismo, sino que son sólo una fachada”.

La capacidad de desarrollo y potencialidades de las personas se ven gravemente afectados cuando el concepto del yo se encuentra distorsionado o

mal conformado. La falta de expresión plena de las potencialidades trae consigo a la persona problemas físicos o psicológicos lo que se ve muy bien en las relaciones interpersonales, las cuales están en gran medida determinados por las variables en el concepto del yo.

Para la persona que no se siente satisfecha con su yo, por lo cual trata de ocultarlos con sentimientos contrarios a él, lo que le lleva a no poder experimentar nunca con su yo real.

Todos estos síntomas de anormalidades producto del concepto defectuoso del yo no se pueden tratar directamente, sino que se las tiene que hacer desaparecer ayudando a la persona a descubrir que la expresión de su yo real en el conocimiento de las experiencias sensitivas y viscerales que le permitirá ser una persona funcional al no distorsionar la experiencia. Este sentimiento positivo se puede incorporar a el concepto del yo y ampliarlo, obteniéndose así una imagen más real de su personalidad con lo cual “la concepción del yo será más congruente con el yo real” ; la expresión de sus sentimientos reales se hará más plena y se sentirá menos manejado por ellos, de tal forma que puede vivir apoyado en esos sentimientos suyos, abandonando sus muros defensivos y estableciendo una comunicación verdadera con las otras personas.

### Incongruencia

La parte nuestra que encontramos en la tendencia actualizadora, seguida de nuestra valoración organísmica, de las necesidades y recepciones de recompensas positivas para uno mismo, es lo que Rogers llamaría el verdadero yo (self) . Es éste el verdadero “tú” que, si todo va bien, vas a alcanzar.

Por otro lado, dado que nuestra sociedad no está sincronizada con la tendencia actualizante y que estamos forzados a vivir bajo condiciones de valía que no pertenecen a la valoración organísmica, y finalmente, que solo recibimos recompensas positivas condicionadas, entonces tenemos que desarrollar un

ideal de sí mismo (ideal del yo) . En este caso, Rogers se refiere a ideal como algo no real; como algo que está siempre fuera de nuestro alcance; aquello que nunca alcanzaremos.

El espacio comprendido entre el verdadero self y el self ideal; del “yo soy” y el “yo debería ser” se llama incongruencia. A mayor distancia, mayor será la incongruencia. De hecho, la incongruencia es lo que esencialmente Rogers define como neurosis: estar desincronizado con tu propio self.

#### 4.2.4 Teoría de las necesidades de David McClelland

David McClelland sostuvo que todos los individuos poseen

*Necesidad de logro:* Se refiere al esfuerzo por sobresalir, el logro en relación con un grupo de estándares, la lucha por el éxito.

*Necesidad de poder.* Se refiere a la necesidad de conseguir que las demás personas se comporten en una manera que no lo harían, es decir se refiere al deseo de tener impacto, de influir y controlar a los demás.

*Necesidad de afiliación:* Se refiere al deseo de relacionarse con las demás personas, es decir de entablar relaciones interpersonales amistosas y cercanas con los demás integrantes de la organización.

Los individuos se encuentran motivados, de acuerdo con la intensidad de su deseo de desempeñarse, en términos de una norma de excelencia o de tener éxito en situaciones competitivas.

En la investigación acerca de la necesidad de logro, McClelland encontró que los grandes realizadores se diferencian de otros por su deseo de realizar mejor las cosas. Buscan situaciones, en las que tengan la responsabilidad personal de brindar soluciones a los problemas, situaciones en las que pueden recibir una retroalimentación rápida acerca de su desempeño, a fin de saber si están mejorando o no y por último, situaciones en las que puedan entablar

metas desafiantes; no obstante les molesta tener éxito por la suerte, es decir prefieren el desafío de trabajar en un problema y cargar con la responsabilidad personal del éxito o fracaso. Además evitan las tareas no muy fáciles o muy difíciles. Al superar obstáculos, desean sentir que el resultado, es decir su éxito o fracaso, depende de sus propias acciones. Los grandes realizadores se desempeñan mejor cuando perciben que tienen una oportunidad de éxito del 50% y una de fracaso de 50%, pues así poseen una buena posibilidad de experimentar sentimientos de logro y satisfacción de sus esfuerzos.

Por otra parte los individuos que poseen una alta necesidad de poder, disfrutan el encontrarse a cargo de los demás, se esfuerzan por influenciarlos, además ansían ser colocados en situaciones competitivas y dirigidas al estatus, y tienden a interesarse más por el prestigio y la consecución de influencia sobre los demás, que en el desempeño eficaz.



Tabla 1. Teoría de Mc Clelland

La tercera necesidad es la de afiliación, que no ha recibido mucha atención por parte de los investigadores. Pero que a la larga crea un ambiente grato de trabajo, que influye y están claramente relacionadas con las otras necesidades. Por ejemplo, el hecho de mantener buenas relaciones con los



demás miembros de la organización, podrá producir que un gerente, más que poder coercitivo sobre sus subordinados, se gane el poder bajo la forma de autoridad; que a la larga le ayudará a conseguir eficientemente las metas trazadas por la organización y las personales en consecuencia. En esta situación se observa claramente una relación entre las necesidades de afiliación, logro y poder.

¿Cuál es la teoría de las necesidades?

El concepto de la teoría de las necesidades fue popularizada por el psicólogo americano del comportamiento David McClelland. Edificada sobre la base del trabajo del Henrio Murray (1938), McClelland estableció en 1961 que la motivación de un individuo puede deberse a la búsqueda de satisfacción de tres necesidades dominantes: la necesidad de logro, de poder y de afiliación.

La necesidad de logro (N-Ach), es el grado al cual una persona desea realizar tareas difíciles y desafiantes en un de alto nivel.

Algunas características de la gente alta de N-Ach son:

La persona desea tener éxito y necesita recibir retroalimentación positiva a menudo.

La persona intenta presionarse a si mismos para evitar ambas situaciones: o las poco arriesgadas y o las de riesgo elevado. Esta persona evita situaciones poco arriesgadas porque cree que el éxito fácilmente alcanzado no es un logro genuino. Y por otro lado, los proyectos de riesgo elevado, son resultado de una de las alternativas posibles en lugar de como un resultado de su propio esfuerzo.

Tienen gusto de trabajar solos o con otros cumplidores de alto desempeño.

McClelland cree que estaa personas son los mejores líderes, aunque pueden tender a exigir demasiado de su personal en la creencia que todos son también guiados por altos desempeños.

La necesidad de afiliación(N-Affil) significa que la gente busca buenas relaciones interpersonales con otras.

Algunas características de la gente alta de N-Affil:

- Desea gustar y ser aceptada por los demás, y da importancia a la interacción personal
- Tiende a conformarse con las normas de su grupo de trabajo.
- Se esfuerza por hacer y preservar relaciones con una alta cantidad de confianza y comprensión mutua
- Prefiere la cooperación sobre la competición.
- Obviamente, se desempeña bien en situaciones de interacción con clientes y en servicio al cliente.

McClelland creyó que una necesidad fuerte de afiliación mina la capacidad de los gerentes para ser objetivos y tomar de decisiones.

La necesidad de Poder (N-Pow) es típica en la gente que le gusta estar a cargo como responsable.

Esta gente se agrupa en dos tipos: poder personal y poder institucional.

La gente con una alta necesidad de poder personal desea dirigir e influenciar a otras personas.

Una alta necesidad de poder institucional significa que a esta gente le gusta organizar los esfuerzos de otros para alcanzar las metas de la organización.

La gente de alto poder goza de la competencia y de las situaciones orientadas al estatus.

Mientras que estas personas atraen a esta gente a los papeles de dirección, ellas pueden no poseer la flexibilidad requerida y las habilidades orientadas a la gente, necesarias.

Los encargados con una alta necesidad de poder institucional tienden para ser más eficaces que aquellos con una alta necesidad de poder personal.

Generalmente, las tres necesidades están presentes en cada individuo. Son formadas y adquiridas con el tiempo por la vivencia cultural del individuo y su experiencia de vida. Se puede utilizar el entrenamiento para modificar un perfil de necesidad. Sin embargo, una de las necesidades es la dominante, también dependiendo de cada personalidad. A diferencia de Maslow, McClelland no especificó ninguna etapas de transición entre las necesidades. La importancia de las diversas necesidades en el trabajo depende de la posición que cada individuo ocupa. La necesidad de logro y la necesidad de poder son típicas en las gerencias medias y de la plana mayor.

McClelland's el concepto también se refiere como aprendió teoría de las necesidades, teoría adquirida de las necesidades, y teoría de tres necesidades

#### Origen de la teoría de las necesidades.

McClelland's la teoría de necesidades fue basada en la teoría de la personalidad por Henry Murray (1938). Murray describió un modelo comprensivo de necesidades humanas y de procesos de motivación.

#### Determinación las necesidades de McClelland.

La prueba temática de Percepción (TAT) puede ayudar a una persona a descubrir que tipo de trabajo sería preferible según su necesidad dominante. Mostrando a la persona examinada una serie de cuadros ambiguos, se le pide desarrollar una historia espontánea para cada cuadro. La asunción subyacente es que la persona examinada proyectará sus propias necesidades en la historia. El análisis del examen puede entonces ser utilizado para recomendar un tipo especial de trabajo para el cual la persona puede estar bien adaptada.

En el análisis de Heyman podemos observar los distintos caracteres que existen tipos de los elementos de carácter como los que son la emotividad ,la

actividad y la resitencia de las impresiones dando cuenta por medio del test caracterológico como se puede clasificar a ciertas personas; Heymans y wiersma se juntaron e iniciaron una nueva de clasificación que se definió como colerico, melancolico y flemático, Al combinar los componentes aparecen ocho tipos caracterológicos: Colerico, apasionado, Sanguineo,Flematico, Nervioso, Sentimental,Amorfo y apático; sirviéndonos estos para poder identificar a cada persona puesto que podemos saber que el carácter es lo que te individualiza frente a las demás personas, hace distintivo el modo de ser y el comportamiento. El Carácter significa marca (grabado), sugiere una cosa profunda y fija, talvez innata, una estructura básica; El carácter es un componente que se ve fuertemente influido por el ambiente, la cultura, la educacion, el entorno social y familiar, el núcleo de amistades o de trabajo, etc. el carácter es el sello que nos identifica y diferencia de nuestros semejantes, producto del aprendizajesocial.", Esto nos hace pensar que somos personas únicas que poseemos un conjunto de reacciones y hábitos de comportamiento único que a lo largo de nuestras vidas hemos adquirido. Con frecuencia se confunden los términos temperamento y carácter. La diferencia es que El temperamento es el conjunto de las inclinaciones íntimas que brotan de la constitución fisiológica de los individuos, El carácter, en cambio, es el conjunto de las disposiciones psicológicas que nacen del temperamento, modificado por la educación y el trabajo de la voluntad y consolidado por el hábito.

Para formar el carácter es necesario tener dominio sobre nuestra persona, mediante pequeñas, pero continuas acciones que hagan más fuerte nuestra voluntad. Esto nos dice que es posible cambiar nuestro carácter, esto a través de la disciplina y la férrea voluntad de querer hacerlo y proponerse varios retos personales como trabajar mejor, aprender algo nuevo, mejorar nuestro trato hacia los demás, etc.

El carácter es un factor muy importante ante la sociedad es decisión de cada persona hacerlo funcional y ser mejores en nuestras vidas para poder desarrollarnos.

Es importante saber la conducta del humano y su desarrollo podemos mezclar estas teorías para saber las necesidades que tiene el ser y así poder satisfacerlas

Maslow con su pirámide de necesidades básicas que es con el fin de que el ser humano pueda subsistir satisfactoriamente siempre y cuando cubriendo todos los niveles. Maslow con la aportación de Elton Mayo como psicólogo laboral a la industria y así como de ahí en adelante se fue centrando más la importancia en las industrias hacia su personal para aumentar la eficiencia, productividad y calidad; es por eso que identificar dichas teorías permite como psicólogos laborales identificar las necesidades de su trabajador y optimizar su nivel de eficiencia dentro de la misma. McClelland dentro de la teoría que nos habla sobre motivación y sus tipos nos podemos dar cuenta que todo ser humano necesita ser reconocido dentro del ámbito laboral y social para poder así saberse destacado y valorado con el fin de seguir siendo el mejor dentro de lo que hace o se dedica; McGregor habla del ser humano dentro de la empresa y divide su teoría en 2: X dice que al ser humano no le gusta trabajar y la Y de cómo el ser humano debe encontrarse bien en el ámbito laboral.

Es por esto la razón donde entran los psicólogos y se ocupan de la relación de los individuos con el trabajo, colaboran en el desarrollo de las habilidades para el trabajo ejecutivo, entre ellas la capacitación, el liderazgo y de motivación.

## 5. INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

### Planteamiento del Problema

La venta no es una actividad única, es un conjunto de actividades diseñadas para promover la compra de un producto o servicio. Por ese motivo, la venta requiere de un proceso que ordene la implementación de sus diferentes actividades, caso contrario no podría satisfacer de forma efectiva las necesidades y deseos de los clientes, ni contribuir en el logro de los objetivos de la empresa para esto también se necesita una fuerza de ventas que son las armas que uno tiene para llegar a las clientes potenciales y convertirlos en clientes reales.

La fuerza de ventas de una empresa es el conjunto de recursos (humanos o materiales) que se dedican directamente o a tareas íntimamente relacionadas con ella. La disciplina del manager encargada de administrar esos recursos es la dirección de ventas. Por tanto, la dirección de ventas se dedica a definir estratégicamente la función y objetivos de la fuerza de ventas, crear el plan de ventas e implantarlo, de tal forma, se encarga de seleccionar a las personas del equipo, formarlas, remunerarlas, incentivarlas, controlarlas y adoptar las medidas de reconducción necesarias para la consecución del objetivo.

Con base en esto se plantea lo siguiente

¿Que habilidades necesitan desarrollar los vendedores de Pontiac Coatzacoalcos para lograr la satisfacción del cliente y hacer que se logre la venta?

### Objetivos Generales:

Elaborar, un programa de habilidades en vendedores, que satisfagan al cliente y promuevan la venta del producto, con base en los requerimientos de los vendedores.

### Objetivos específicos:

- 1.- Identificar los tipos de caracteres que tienen los trabajadores para potencializar sus habilidades
  - test de personalidad
- 2.- Clasificar las necesidades de los trabajadores en el area de ventas.
  - Herramientas como:
  - Telefono
  - Internet
- 3.- Optimizar la habilidad para la satisfaccion del cliente.
- 4.- Establecer un grupo de estrategias para Desarrollar las habilidades de los vendedores.
  - Incentivos
  - Bonos
  - Vales de despensa

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	INDICADORES
V.I. CAPACITACION AL PERSONAL	<p>proceso continuo de enseñanza-aprendizaje, mediante el cual se desarrolla las habilidades y destrezas de los servidores, que les permitan un mejor desempeño en sus labores habituales. Puede ser interna o externa, de acuerdo a un programa permanente, aprobado y que pueda brindar aportes a la institución.</p> <p>En ambos casos, se debe tener en cuenta que la capacitación es un esfuerzo que realiza la entidad para mejorar el desempeño de los servidores, por lo tanto, el tipo de capacitación, debe estar en relación directa con el puesto que desempeña. Los conocimientos adquiridos, deben estar orientados hacia la superación de las fallas o carencias observadas durante el proceso de evaluación.</p>	<p>La capacitación es un conjunto de reglas, tareas y actividades establecida de acuerdo a ley del trabajo tales capacitaciones tienen que ser abaladas, estas nos sirven para el desarrollo tanto para la empresa como del docente. Siendo una forma para tener más herramientas para trabajar y superarse.</p>	<p>MANUAL TRIPTICO VIDEOS</p>
V.D. VENTAS	<p>Contrato por el que se transfieren a dominio ajeno una cosa por el precio pactado</p>	<p>Demostración de un producto para la vista del cliente y (hacer efecto de venta) ejecutando lograr el objetivo de compra, destacando habilidades o cualidades del vendedor.</p>	<p>ESTADISTICAS RECIBOS FACTURAS CARTAS FACTURA</p>

*Tabla 2. Variables*



## 6. ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS

### 6.1 Analisis de la escala de Likert

La escala de Likert (también denominada método de evaluaciones sumarias) se denomina así por Rensis Likert, quién publicó en 1932 un informe donde describía su uso. Es una escala psicométrica comúnmente utilizada en cuestionarios y es la escala de uso más amplio en encuestas para la investigación, principalmente en ciencias sociales. Al responder a una pregunta de un cuestionario elaborado con la técnica de Likert, se especifica el nivel de acuerdo o desacuerdo con una declaración (elemento, ítem o reactivo o pregunta).

Hay que hacer una distinción importante entre escala de tipo Likert y elemento de tipo Likert. La escala es la suma de las respuestas de los elementos del cuestionario. Los elementos de tipo Likert van acompañados por una escala visual análoga (por ejemplo, una línea horizontal, en la que el sujeto indica su respuesta eligiéndola con un círculo); a veces se llama escalas a los elementos mismos. Ésta es la razón de muchas confusiones y es preferible, por tanto, reservar el nombre de escala de tipo Likert para aplicarlo a la suma de toda la escala, y elemento de tipo Likert para referirse a cada elemento individualmente.

Un elemento de tipo Likert es una declaración que se le hace a los sujetos para que éstos lo evalúen en función de su criterio subjetivo; generalmente se pide a los sujetos que manifiesten su grado de acuerdo o desacuerdo. Normalmente hay 5 posibles respuestas o niveles de acuerdo o desacuerdo, aunque algunos evaluadores prefieren utilizar 7 a 9 niveles; un estudio empírico reciente demostró que la información obtenida en escalas con 5, 7 y 10 niveles posibles de respuesta muestra las mismas características respecto a la media, varianza y asimetría después de aplicar transformaciones simples.

### 6.1.2 Nivel de carisma que poseen los vendedores.

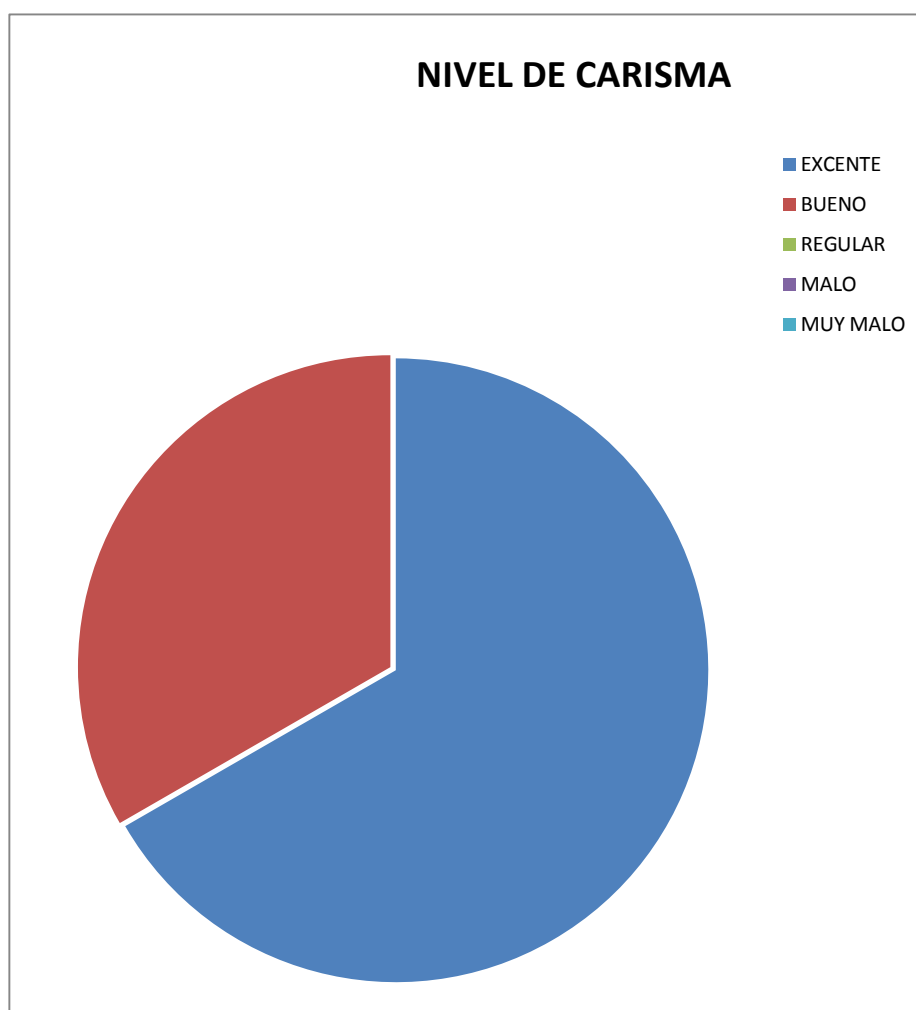
La palabra carisma se utiliza usualmente para describir una habilidad para otras personas. Se refiere especialmente a la cualidad de ciertas personas de motivar con facilidad la atención y la admiración de otros gracias a una cualidad "magnética" de personalidad o de apariencia.

El estudio, reconocimiento y desarrollo del carisma en individuos es de sumo interés para sociólogos, psicólogos, políticos populares, locutores públicos, agentes de ventas o viajes, gente relacionada con el cine, seleccionadores de personal, las estrellas musicales, gerentes de empresas y académicos e implicados en los estudios del desarrollo de la dirección, entre otros.

En el área de ventas las personas deben de estar dotas de gran carisma para poder simpatizar con el cliente ya que la sociedad se vive de interrelaciones y enlazar está entre cliente y vendedor es muy importante ya que las personas se llenan de confianza y de esta forma poder vender el producto todo con la facilidad de poder dar una sonrisa o empatizar con la gente.

1.- El total de personas que respondieron que su nivel de carisma es excelente es de 8 personas con un porcentaje de 66.6%. Basándose en la teoría de David McClelland en la necesidad de afiliación que se refiere al deseo de relacionarse con las demás personas, es decir de entablar relaciones interpersonales amistosas y cercanas con los demás integrantes de la organización se hace reflexionar y pensar en la aceptación que busca la gente y adopta un comportamiento de empatía hacia las demás personas para poder así ser aceptado y entrar en un círculo amistoso mientras que el otro porcentaje de 33.3% que corresponden a 4 persona considera que su carisma es bueno. Considerando Una cierta cualidad de una personalidad individual, por virtud él/ella "es considerada aparte" de personas ordinarias y tratado como dotado con poderes o cualidades sobrenaturales, suprahumanas o al menos específicamente excepcionales. Estas como otras no son accesibles a las personas ordinarias, pero son vistas como divinas en origen o como ejemplares, y sobre la base de ellas el individuo en cuestión es tratado como líder.

El modo no habría de valorarse objetivamente, la cualidad en cuestiones, sea desde un punto de vista ético, estético u otro cualquiera, es cosa del todo indiferente en lo que atañe a nuestro concepto, pues lo que importa, es como se valora por los dominios "carismáticos", por los adeptos.



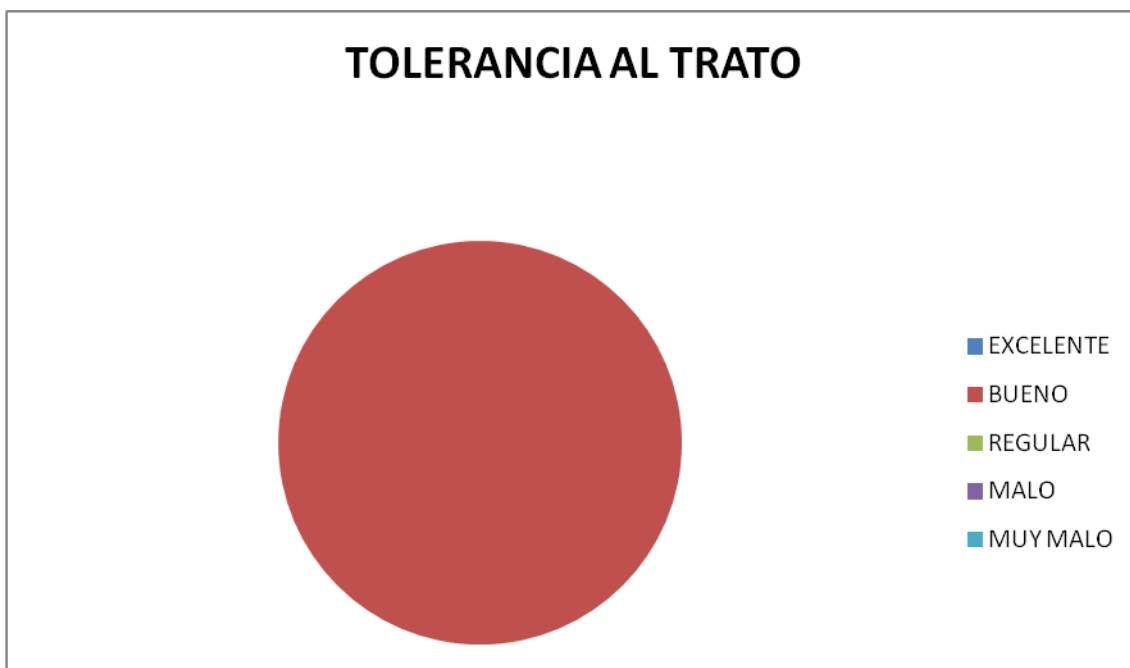
*Tabla 3 .nivel de carisma manifestado por los vendedores de gmc*

### 6.1.3 Tolerancia al trato con las personas

El término tolerancia puede definirse como el respeto que se tiene a las ideas, creencias o prácticas de los demás cuando son diferentes o contrarias a las propias o a la de las otras personas en su total magnitud. Es la actitud de una persona respecto a aquello que es diferente de sus valores. También es la capacidad de escuchar y aceptar a los demás, comprendiendo el valor de las distintas formas de entender la vida

2.- Las personas tuvieron un porcentaje de 100% equivalente a toda la población ,en la misma calificación de su pregunta dando como respuesta a bueno su tolerancia al trato hacia otras personas, mientras q el mas alto nivel tendría que ser excelente; basándonos en la teoría de la motivación humana de Abraham Maslow inspirándose en la necesidad de seguridad que nos habla de ciertas necesidades que surgen cuando las necesidades fisiológicas se mantienen compensadas. Son las necesidades de sentirse seguro y protegido; incluso desarrollar ciertos límites de orden, Describen el afan de la persona por disfrutar de la seguridad o protección.

La tolerancia social es la capacidad de aceptación de una persona a otra que no es capaz de soportar a alguien o a un grupo ante lo que no es similar a sus valores o las normas establecidas por la sociedad. Es el respeto a las ideas, creencias o prácticas de los demás cuando son diferentes o contrarias a las propias. Es la actitud que una persona tiene respecto a aquello que es diferente de sus valores. Es la capacidad de escuchar y aceptar a los demás, comprendiendo el valor de las distintas formas de entender la vida. Tolerancia no es hacer concesiones, pero tampoco es indiferencia. Para ser tolerante es necesario conocer al otro. Es el respeto mutuo mediante el entendimiento mutuo. Según ciertas teorías el miedo y la ignorancia son las raíces que causan la intolerancia y sus patrones pueden imprimirse en la psique humana desde muy temprana edad.



*Tabla 4. Tolerancia al trato con las personas*

#### 6.1.4 Servicio al cliente

Un servicio es una actividad o conjunto de actividades de naturaleza casi siempre intangible que se realiza a través de la interacción entre el cliente y el empleado y/o instalaciones físicas de servicio, con el objeto de satisfacerle un deseo o necesidad, Para determinar cuáles son los que el cliente demanda se deben realizar encuestas periódicas que permitan identificar los posibles servicios a ofrecer, además se tiene que establecer la importancia que le da el consumidor a cada uno. Basandose en la teoría Y de Douglas Mcgregor según considera que los trabajadores encuentran en su empleo una fuente de satisfacción y que se esforzarán siempre por lograr los mejores resultados para la organización, siendo así, las empresas deben liberar las aptitudes de sus trabajadores en favor de dichos resultados.

3.- Con respecto al tema de servicio al cliente, las personas creen que su servicio al cliente es excelente teniendo así a toda la población de 12 personas equivalentes a un 100% en un trato considerado excelente para el cliente.



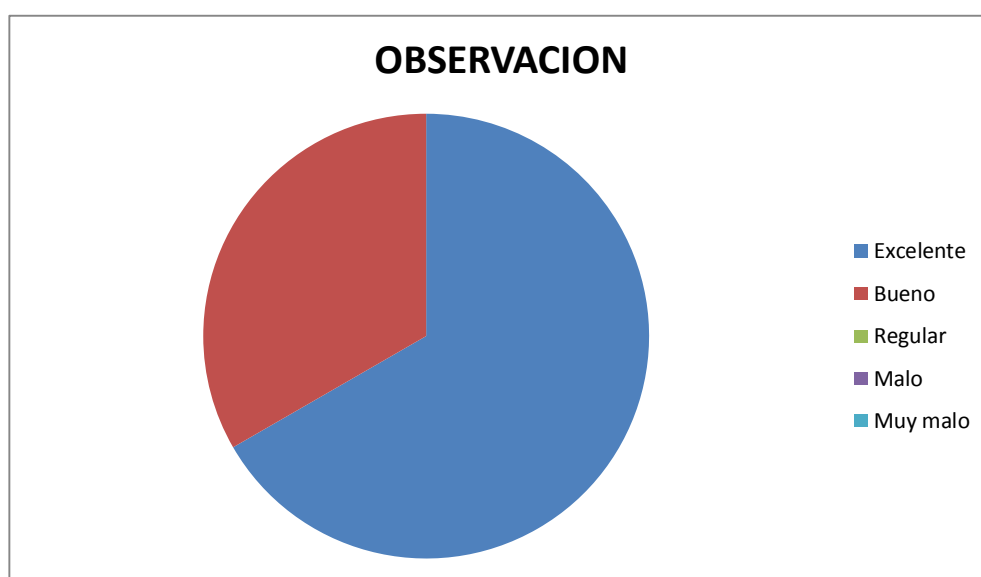
*Tabla 5. Relacion al servicio al cliente*

#### 6.1.5 Capacidad de observación

La observación es una actividad realizada por un ser vivo (como un ser humano), que detecta y asimila la información de un hecho, o el registro de los datos utilizando los sentidos como instrumentos principales. El término también puede referirse a cualquier dato recogido durante esta actividad. La característica definitoria de la observación es que trata de extraer conclusiones, así como construir puntos de vista personales acerca de cómo manejar o calificar situaciones similares en el futuro, en lugar de simplemente registrar algo que ha sucedido.

4.- La población al contestar la capacidad para observar al cliente contesto un 66.6% equivalente a 8 personas que son excelentes observando teniendo la habilidad para establecer las condiciones de manera tal que los hechos observables se realicen en la forma más natural posible y sin influencia del investigador u otros factores de intervención. La observación en términos filosóficos es el proceso de filtrar información sensorial a través del proceso de

pensamiento. La entrada es recibida o percibida por alguno de los sentidos: auditivo, vista, olfato, gusto, o tacto para después ser analizada ya sea a través del pensamiento racional o irracional. mientras que el 33.3% de la población equivalente a 4 persona se considera malo en la observación por lo consiguiente En este recurso se utilizan los cinco sentidos físicos, junto con las técnicas de medición. Por lo tanto, se entiende que siempre hay ciertas limitaciones en la toma de observaciones.



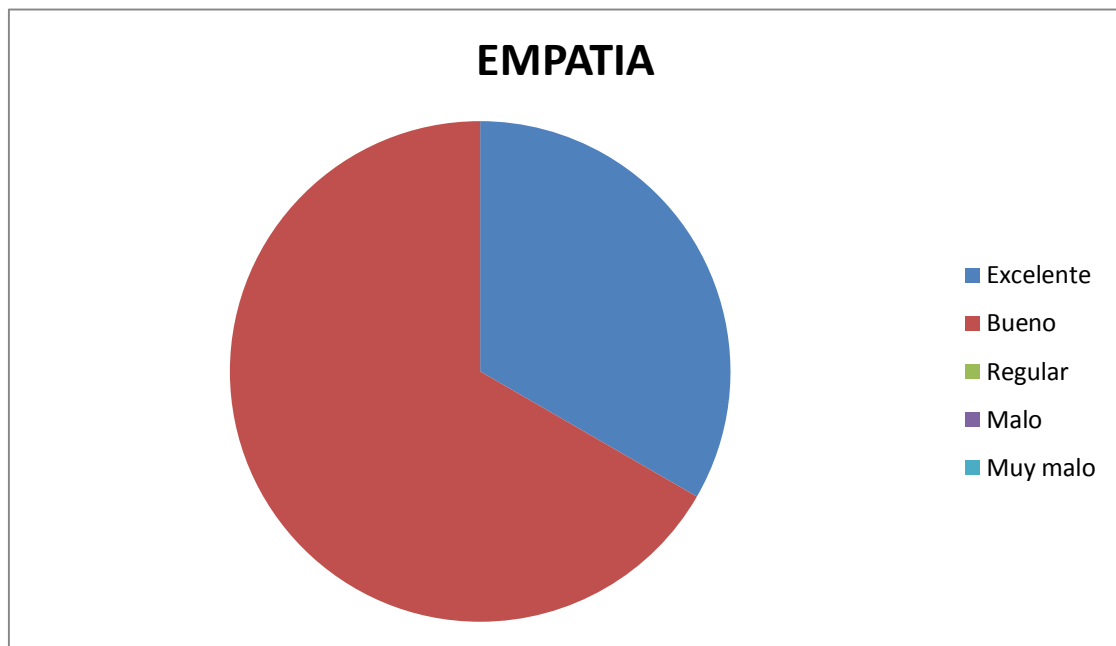
*Tabla 6. Capacidad de observacion en atencion al cliente*

#### 6.1.6 nivel de empatía

Es la capacidad que tiene el ser humano para conectarse a otra persona y responder adecuadamente a las necesidades del otro, a compartir sus sentimientos, e ideas de tal manera que logra que el otro se sienta muy bien con el, La empatía es fundamental en la comunicación humana. La palabra comunicación deriva de COMÚN, lo que tenemos en común. Por lo tanto, empatía es la capacidad de ver cada vez más aspectos positivos del otro, tener más aspectos en comun. Eso depende de uno mismo. Basándonos en la teoría de de las necesidades de David McClelland en la parte de Necesidad de afiliación: Se refiere al deseo de relacionarse con las demás personas, es decir de entablar relaciones interpersonales amistosas y cercanas con los demás integrantes de la organización. Por tal motivo las personas empáticas son las mas aceptadas en un grupo social y pueden colarse fácilmente teniendo esta cualidad o desarrollándola.

5.- El total de personas que se consideran empáticos son de 66.6% equivalente a 8 personas contestando bueno Es la capacidad de escuchar al otro, sin emitir juicios ni consejos, tal vez baste un abrazo, un apretón de manos, porque generalmente ese otro solo necesite en ese momento una oreja que comparta ese momento y lo apoye. Mientras que el 33.3% equivalente a 4 persona se considera excelente Empatía es la capacidad de poder experimentar la realidad subjetiva de otro individuo sin perder de perspectiva tu propio marco de la realidad, con la finalidad de poder guiar al otro a que pueda experimentar sus sentimientos de una forma completa e inmediata.





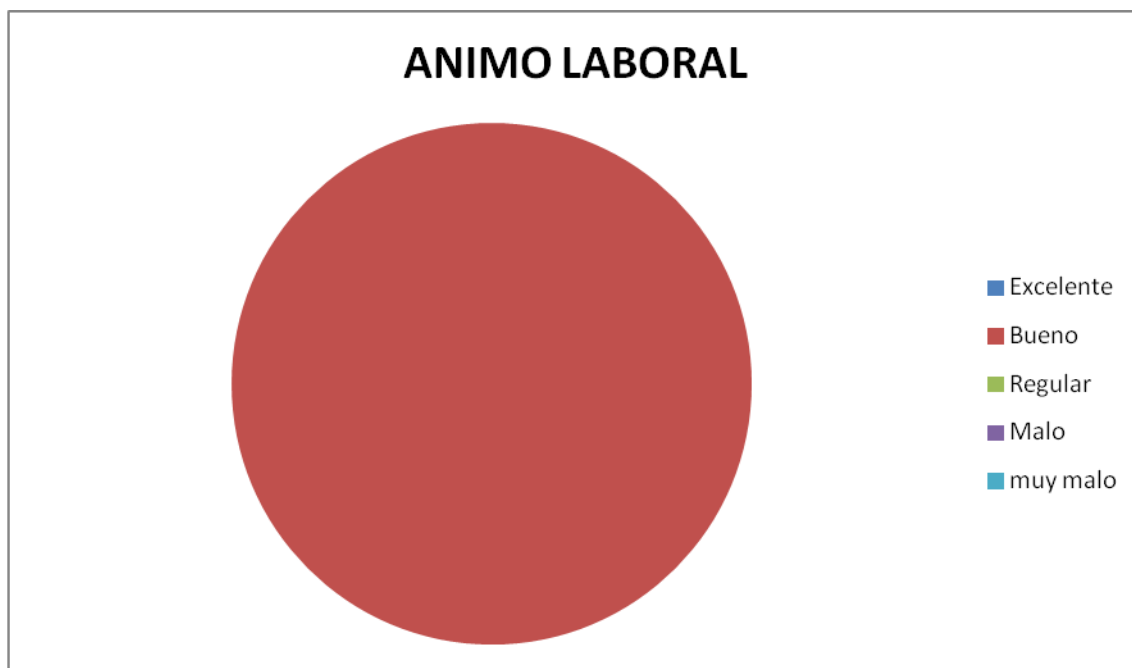
*Tabla 7. Empatía destacada por los vendedores*

#### 6.1.7 Animo laboral

Estado en el cual la persona se siente con las fuerzas necesarias para realizar los trabajos encomendados, las tareas diarias y para enfrentarse a la vida cotidiana.

El ánimo puede ser muy cambiante, ya que depende de la situación y el lugar en el cual nos encontremos. Basándonos en la teoría de necesidades de David McClelland tomando en referencia el punto de Necesidad de logro: Se refiere al esfuerzo por sobresalir, el logro en relación con un grupo de estándares, la lucha por el éxito. Nos demuestra que las personas con las fuerzas necesarias son capaces de sobresalir haciendo énfasis en sus capacitaciones o sobresaliendo con sus propias destrezas.

6.- La población de doce personas equivalente al 100% dan como respuesta su estado de ánimo es bueno en el lugar donde laboral.

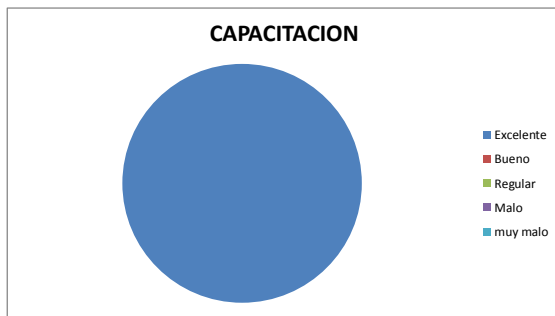


*Tabla 8. Estado de animo laboral*

#### 6.1.8 Capacitación

La capacitación esta orientada a satisfacer las necesidades que las organizaciones tienen de incorporar conocimientos, habilidades y actitudes en sus miembros, como parte de su natural proceso de cambio, crecimiento y adaptación a nuevas circunstancias internas y externas . Compone uno de los campos mas dinámicos de lo que en términos generales se ha llamado, educación no formal

7.-En el total de personas que respondieron que su capacitación era excelente para cerrar una venta, es del 100% a la población encuestada.



*Tabla 9. Capacitacion para cerrar ventas*

#### 6.1.9 Trabajo en equipo

Realización de una tarea por medio de un grupo de personas, que integra los esfuerzos individuales, capacidades diversas de cada integrante, dividiendo el trabajo de acuerdo a funciones específicas, así logrando los objetivos deseados. Una de las condiciones de trabajo de tipo psicológico que más influye en los trabajadores de forma positiva es aquella que permite que haya compañerismo y trabajo en equipo en la empresa donde preste sus servicios, porque el trabajo en equipo puede dar muy buenos resultados; ya que normalmente estimula el entusiasmo para que salgan bien las tareas encomendadas.

Las empresas que fomentan entre los trabajadores un ambiente de armonía obtienen resultados beneficiosos. La empresa en efectividad y los trabajadores en sus relaciones sociales. El compañerismo se logra cuando hay trabajo y amistad.

En los equipos de trabajo, se elaboran unas reglas, que se deben respetar por todos los miembros del grupo. Son reglas de comportamiento

establecidas por los miembros del equipo. Estas reglas proporcionan a cada individuo una base para predecir el comportamiento de los demás y preparar una respuesta apropiada. Incluyen los procedimientos empleados para interactuar con los demás. La función de las normas en un grupo es regular su situación como unidad organizada, así como las funciones de los miembros individuales.

La fuerza que integra al grupo y su cohesión se expresa en la solidaridad y el sentido de pertenencia al grupo que manifiestan sus componentes. Cuanto más cohesión existe, más probable es que el grupo comparta valores, actitudes y normas de conducta comunes. El trabajar en equipo resulta provechoso no solo para una persona si no para todo el equipo involucrado. El trabajar en equipo nos traerá más satisfacción y nos hará más sociables, también nos enseñará a respetar las ideas de los demás y ayudar a los compañeros si es que necesitan nuestra ayuda. Basándonos en la Teoría de las necesidades de David McClelland Necesidad de logro: Se refiere al esfuerzo por sobresalir, el logro en relación con un grupo de estándares, la lucha por el éxito; tomando en cuenta esta teoría nos expresa la integración que existe entre 2 o más personas para alcanzar el éxito que tanto deseen .

8.- En relación a la calificación que se dio en la relación y el trabajo en equipo con los compañeros fue excelente equivalente a 100% en una población de 12 personas dando por echo que el trabajo en equipo en esta empresa se puede realizar con efectividad.



*Tabla 10. trabajo en equipo en relacion laboral*

## 6.2 Analisis de test caracteorologico

Con base al test caracterológico de Heymans se puede considerar que el porcentaje encontrado es de 25% amorfo un total de 3 personas siendo este no emotivo, no activo, primario, es variado y dotado muy pobremente de características, no suele destacar de la sociedad. Carece de sentido práctico, es egoísta y le falta iniciativa. Sólo adquiere renombre cuando se lo da su cuna. Este personaje nos habla de una persona con rasgos de pereza en lo que nos explica que tiene rasgos de empatía y poca energía con la vida falto de originalidad, que se deja llevar por el ambiente mostrando así si poco liderazgo.

Cubriendo un porcentaje de 41.6% y siendo un total de 5 personas las que obtiene el carater sanguineo cuya formula es no emotivo, activo, secundario, es muy pobre en manifestaciones externas. Es el tipo de individuo de una gran calma, que habla poco, frío y objetivo. Si bien carece de ideales afectivos, suele tener una buena capacidad de contacto con las cosas y la Naturaleza. Es meticuloso y ordenado, pudiendo llegar a ser un esclavo de sus costumbres. Es reflexivo y callado. Le gusta trabajar solo. Es puntual y se preocupa por la exactitud de todas las cosas. La inteligencia del flemático es lenta, pero profunda. Tiene una buena aptitud para comprender lo esencial de las cosas. Es dócil y metódico. Esta persona se encuentra con rasgos de una persona

introvertida que le da su propio sentido a la vida a su vez dotado de inteligencia y astucia, tiende a ser un poco cuadrado según a sus creencias.

Siguiendo con el porcentaje del 33.3% abarcando una frecuencia de 4 personas obtiene el caracter de Apatico quien se basa en la formula no emotivo, no activo, secundario, tiene tendencia a ciertas formas de melancolía. Es poco expresivo, terco y aferrado a las ideas y principios que ha aceptado. Con tendencias sensuales desarrolladas y muy poco interés por todo aquello que se refiere a la vida intelectual. Tiende al aislamiento y con pocas facilidades para el trato social. No suele destacar; cuando lo hace, lo mismo que el amorfo, lo debe también a su nacimiento. Este tipo de personas se describen como testarudos con poca sensibilidad y poco inteligencia, se caracteriza por aislarse .

Todos estos rasgos caracterológicos son puntos de referencia. No podemos etiquetar la personalidad del individuo, como si cada uno de ellos no evolucionara con el tiempo o no tuviera nada propio, pues bien el ser humano es un ser cambiante con muchas evoluciones.

<b>TIPOS DE CARACTER SEGUN LA MUESTRA DE VENEDORES DE GMC COATZACOALCOS</b>		
<b>TIPO</b>	<b>PERSONAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
APATICO	4	33.3%
AMORFO	3	25%
SANGUINEO	3	41.6%

*Tabla 11. Porcentajes de la muestra GMC*



Esta escala se aplica para conocer su desempeño sobre ventas de autos.  
 Marque con una X la que califique su mejor opción.

Antigüedad: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Capacitación GMC: \_\_\_\_\_

1	2	3	4	5
EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO	MUY MALO

1.- ¿Qué nivel de carisma considera Ud. que posee?

1	2	3	4
5			
EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
MUY MALO			

2.- ¿Qué tan tolerante se califica en relación al trato con las personas?

1	2	3	4
5			
EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
MUY MALO			

3.- En relación al servicio al cliente ¿Cómo se califica?

1	2	3	4
5			
EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
MUY MALO			

4.- Su capacidad al observar al atender un cliente es ?

1	2	3	4
5			
EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
MUY MALO			

5.-¿ Qué nivel de empatía posee?

1	2	3	4
5			
EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
MUY MALO			

6.- ¿Cómo es su estado de ánimo en el lugar donde labora?

1	2	3	4
5			
EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
MUY MALO			

7.- ¿Como considera Ud. su capacitación para cerrar una venta?

1	2	3	4
5			
EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
MUY MALO			

8.- ¿Cómo califica la relación y trabajo en equipo con sus compañeros?

1	2	3	4
5			
EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
MUY MALO			



## **7. Conclusión**

En este libro y conforme a la investigación que se realizó nos dimos cuenta durante el proceso y mediante los test aplicados a los trabajadores de GMC Coatzacoalcos que es más importante las habilidades que posee una personas para saber vender que las capacitaciones que la empresa pudiera llegar a dar al vendedor y tomando en cuenta desde la primer entrevista la clasificación del empleado para saber si es apto para el puesto. Así con el carisma y dominio de la persona poder vender el producto que se le presente se tiene lo mas importante de todo que es la aptitud, las ganas de hacer las cosas, la viveza que tenemos para interpretar las cosas, el querer hacer las cosas bien, las ganas de ganar, y por el solo hecho de tener un buen sentido común de las cosas, se puede llegar a ser un excelente vendedor. Por lo que creo que todos en el fondo tenemos algo de vendedores, nace porque tiene las actitudes, la capacidad, el liderazgo, el desempeño, el empuje, la habilidad de interactuar con las personas e identificar sus necesidades, las ganas de estar en la calle, de luchar y de batallar día a día por ser un vendedor.

El vendedor nace no se hace.

## 8. Bibliografía

- “Calidad Total: una alternativa de organización del trabajo en México”;  
Elvia Espinosa Infante, Rebeca Pérez Calderón  
<http://www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num5/doc05.htm>  
Consultado el 8 de agosto, 2007 ...
- <http://www.monografias.com/trabajos34/mejor-vendedor/mejor-vendedor.shtml#ixzz2j2sCkBFs>
- Administracion de recursos humanos para el alto desempeño  
L.Fernando Arias Galicia-Victor Heredia Espinosa.  
Editorial Trillas
- <http://clubensayos.com/Temas-Variados>
- “Elementos de la Administracion, enfoque internacional.”  
Sexta edicion  
Karen Koontz Dickinson y Heinz Weihrich  
Editorial McGraw Hill
- “Administracion”  
Harold koontz, Cyril O' Donnell, Heinz Weihrich  
Editorial McGraw Hill
- <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/231/44.htm>
- <http://es.wikipedia.org/>