
Plan Experimental N°2: “Modificación de la Política de Pagos de Comisiones Estándar a Escalar y la Satisfacción en Vendedores”

Changes in the Policy of Standard Commission’s Payments to Scalar and Seller’s Satisfaction

Investigadora Titular: Norma Coppari¹

Investigadoras Auxiliares: Aguadé, F; Minardi, G; Moreno, J.

Editor Corrector y compilador: Rossana V. Tolces A.

CDID “Centro de Documentación, Investigación y Difusión de la Cátedra de Psicología Experimental”²
Universidad Católica “Nuestra Señora de la Asunción”

Resumen

Se plantea una investigación con un diseño cuasi-experimental intragrupo prepost evaluación, cuyo objetivo es demostrar que la modificación de la política de pago de comisiones, de estándar a escalar (VI), influye en el nivel de satisfacción (VD) de una muestra de 40 vendedores de una compañía telefónica, que será medida por el “Cuestionario De Satisfacción Laboral S10/12” (Meliá y Peiró, 1998).

Se aplicará un análisis estadístico descriptivo e inferencial, para comprobar la relación funcional entre la VI (modificación de la política de pago de comisiones, de estándar a escalar) y la VD (aumento del nivel de satisfacción de los vendedores), recurriendo a la prueba t de Student para una sola muestra, con un nivel de significación de 0,05.

Palabras Clave: comisiones escalares, comisiones estándar, satisfacción laboral, diseño intragrupo, estadística descriptiva e inferencial

113

Abstract

It is raised an investigation by a quasi-experimental pre-post intragroup evaluation, which seeks to show that changing the payment policy commissions, standard scale (IV), influences the level of satisfaction (DV) of a 40 telephone salesmen sample of a X Company, which will be measured by the “Cuestionario De Satisfacción Laboral S10/12”. (Laboral Satisfaction Cuestionary)(Meliá y Peiró, 1998).

There will be a descriptive and inferential statistical analysis to check the functional relationship between the IV (payment policy commissions modification, from standard to scalar) and DV (sellers satisfaction increased level), to appealing t student test for a single sample, with a level of significance of 0,05.

Keywords: scalar commissions, standard commissions, satisfaction, intra-group design, descriptive and inferential statistics.

¹ Correspondencia remitir a norma@tigo.com.py Dra. Norma Coppari (M.S., M.E.).

² Correspondencia remitir a editor@psicoeureka.com.py Centro de documentación Investigación y Difusión de la Cátedra de Psicología Experimental, Universidad Católica de Asunción-Paraguay

Estado del Conocimiento

La investigación a ser desarrollada se encuentra dentro del ámbito de la psicología laboral y de la motivación, y se propone estudiar un factor influyente en el nivel de satisfacción de empleados del área comercial.

La satisfacción laboral es un tema de interés actual, por su influencia tanto en el funcionamiento de la empresa como en el desarrollo integral del trabajador. Mediante el estudio de la misma, los directivos de las empresas podrán saber los efectos que produce la política de pago de comisiones en el personal de la organización, así se podrán mantener, suprimir, corregir o reforzar las políticas de la empresa, según sean los resultados que se hayan obtenido.

Los estudios relacionados con la satisfacción laboral, sugieren que la misma estaría en “función de las discrepancias percibidas por el individuo entre lo que él cree que debe darle el trabajo y lo que realmente obtiene como producto o gratificación”. Por otro lado sería fruto de la comparación entre los aportes que éste hace al trabajo y el producto o resultado obtenido del mismo (Ardouin, Bustos, Gayó y Jarpa, 2000).

La mayoría de las investigaciones se concentran en indagar el grado de relación existente entre la satisfacción laboral y alguno de los siguientes factores: condiciones físicas del lugar de trabajo, beneficios laborales, políticas administrativas, relaciones sociales, desarrollo personal, desempeño de tareas, relación con la autoridad, nivel de formación del trabajador, etc.

No se hallaron antecedentes de estudios sobre el tema dentro del ámbito de investigaciones locales, por ello el interés de enfocarlo.

Con el propósito de indagar sobre la satisfacción laboral en relación al pago de comisiones, surge el siguiente problema: ¿Qué relación tiene el tipo de política de pago de comisiones estándar, o escalar con el nivel de satisfacción de los vendedores de una empresa de telefonía local?

Objetivos

Objetivo Científico

Determinar los efectos que la modificación de la política de pago de comisiones, de estándar a escalar (VI), tiene en el nivel de satisfacción (VD) de vendedores de una compañía telefónica local.

Objetivos Aplicados

- Identificar los efectos del pago de comisiones de tipo estándar en el nivel de satisfacción de los vendedores.
- Determinar los efectos del pago de comisiones de tipo escalar en el nivel de satisfacción de los vendedores.
- Comparar los efectos de ambos tipos de políticas de pago de comisiones, en el nivel de satisfacción de los vendedores.

Hipótesis

Hipótesis alterna

La satisfacción de los vendedores cuyo pago de comisiones es de tipo escalar, probablemente será mayor que la de los vendedores cuyas comisiones se pagan con la modalidad estándar.

Hipótesis nula

Es probable que la satisfacción de los vendedores no presente diferencias, a pesar del tipo de política de pago de comisiones.

Operacionalización de Variables

V. Independiente: Aplicación de la política de pago de comisiones bajo dos condiciones estándar y escalar:

- Condición Experimental 1: Se entiende por comisión estándar al porcentaje fijo del 1% sobre el total de las ventas del vendedor (más allá de lo que haya vendido, su porcentaje de ganancias es el mismo), medido a través de los registros estadísticos, proporcionados por la compañía.

- Condición Experimental 2: Se entiende por comisiones escalares, a la aplicación de ganancias dependiendo de las metas alcanzadas por los vendedores, las cuales son definidas por la empresa conforme a la escala presentada a continuación, y cuyos efectos serán medidos a través de los registros estadísticos, proporcionados por la compañía.

<i>Monto de Ventas</i>	<i>Comisión</i>
100 \$	500.000 Gs.
200 \$	1.000.000 Gs.
250 \$	1.250.000 Gs.
A partir de 300 \$	2.000.000 Gs.

V. Dependiente: Aumento del nivel de satisfacción de los vendedores: se entiende por el incremento del 75% en las puntuaciones obtenidas por los vendedores, luego de la modificación de la política de pago de comisiones estándar a escalar, medido a través del “Cuestionario De Satisfacción Laboral S10/12” (Meliá y Peiró, 1998).

Método

Participantes

El universo (N=100) consta de 100 vendedores de una compañía telefónica local, distribuidos en las siguientes áreas: 40 vendedores del departamento de Telemarketing, 40 vendedores

externos y 20 vendedores de Agencias Autorizadas.

La muestra (n=40) será intencional y autoselectiva por consentimiento informado a los 40 vendedores de ambos sexos, del área de Telemarketing, de una compañía telefónica local (que constituye el 40% de la población).

Dispositivos

Para medir el nivel de satisfacción de los empleados antes y después de la modificación de la forma de pago de comisiones, se aplicará el “Cuestionario De Satisfacción Laboral S10/12”, además del programa de política de pago de comisiones utilizado por la empresa.

El Cuestionario de Satisfacción Laboral S10/12 de J.L. Meliá y J.M. Peiró (1998) mide tres factores relacionados a la satisfacción laboral: satisfacción con la supervisión, satisfacción con el ambiente físico y satisfacción con las prestaciones recibidas; la escala total muestra un alfa de 0.88 de consistencia interna (fiabilidad). La validez aparente se fundamenta en la formulación de sus ítems como una pregunta directa acerca del grado de satisfacción o insatisfacción con diversos aspectos de la vida laboral.

Recursos humanos

- Experimentador:

Una investigadora que aplicará la VI en sus dos condiciones (estándar y escalar) en relación de colaboración con la directiva de la empresa.

- Observadores:

2 investigadoras que aplicarán el dispositivo de medida de la variable dependiente en una Pre-post evaluación.

Recursos materiales

- Sala de telemarketing: esta habitación mide 40x45 metros y cuenta

con una pizarra acrílica, 2 ventanas amplias con cortinas metálicas.

- Computadoras: 40 computadoras con pantallas plasma LG.
- Escritorios: en número de 40, hechos de madera.
- Teléfonos: los llamados manos libres, en número de 40.
- Sillas giratorias: 40 de ellas.
- Aires acondicionados: en cantidad de 3, de marca Midas.

Diseño

Se aplica un diseño cuasi-experimental, Intragrupo pre-post evaluación, de tipo ABA; en donde A1 corresponde al pre-test para medir el nivel de satisfacción (VD), B al cambio de pago de comisiones de estándar a escalar (VI bajo dos condiciones) y A2 a la administración del post-test para volver a medir el nivel de satisfacción (VD). A los participantes, de la única muestra, se los someterá a un pre-test con el “Cuestionario De Satisfacción Laboral S10/12” (Meliá y Peiró, 1998), con el fin de medir su nivel de satisfacción bajo la condición de cobro de comisiones con la modalidad de tipo estándar (Condición 1). Posteriormente se modificará el tipo de cobro de comisiones de estándar a escalar (Condición 2) y, tras un período de 6 meses, se volverá a medir el nivel de satisfacción de los participantes, con el mismo instrumento, bajo la condición de cobro de comisiones con la modalidad escalar.

Finalmente, se realizará una comparación y verificación de significación de las diferencias en las puntuaciones obtenidas por los participantes entre el pre-test y posttest, para corroborar si aumentó el nivel de satisfacción de los mismos, tras la manipulación de la variable independiente.

Control de variables extrañas

Las siguientes son posibles variables extrañas en el experimento, que se intentará controlar a través de las respectivas técnicas:

- Temperatura:

El método de control estará dado a través de la constancia de condiciones: la temperatura se mantendrá constante a 20°C, a través del encendido del aire acondicionado, durante la realización del experimento.

- Iluminación:

El método de control se dará por medio de la constancia de condiciones, la cantidad de luminosidad de la sala de telemarketing, se mantendrá constante a lo largo del experimento.

- Horario:

El método de control empleado será el de la constancia de condiciones: el horario de trabajo de los vendedores se mantendrá constante a lo largo del periodo en que se lleve a cabo el experimento.

- Estado de los materiales:

El método de control será la constancia de condiciones: se registrará, constantemente (1 vez a la semana), el estado de funcionamiento de las computadoras, los auriculares y de las sillas giratorias.

- Instrucciones dadas:

Se utilizará el método de control denominado constancia de condiciones: tanto en el pre-test, como en el post-test, se utilizarán las mismas instrucciones estandarizadas, dadas a los participantes.

- Experimentadores/observadores:

Esta variable será controlada con la técnica constancia de condiciones: tanto experimentadores, como observadores serán los mismos a lo largo del experimento y sometidos a instrucciones constantes dadas por manual de procedimiento para aplicar la VI y medir la VD.

- Pérdida de participantes:

Esta es una variable extraña que aplicará la Eliminación, en este caso se deberán descartar los registros de estos participantes, reduciendo el número de la muestra total.

Procedimiento

Pre-fase

Se realizarán tres sesiones en el escenario de la compañía telefónica local, que consistirán en:

- Primera sesión: reunión de las investigadoras con los directivos, Dpto. de RRHH, y el Jefe del Dpto. de Ventas, por un periodo de una hora, para la presentación de la propuesta y solicitud de permiso correspondiente.

- Segunda sesión: previa autorización, las investigadoras visitarán las instalaciones del Dpto. de Telemarketing, por un periodo de 2 horas, para observar las condiciones físicas y materiales del lugar. En esta sesión se realizará un registro de los materiales y verificación del estado de los mismos (computadoras, manos libres, aires acondicionados, muebles, etc.) e informará a RRHH para eventual derivación de tareas al área de mantenimiento.

- Tercera sesión: las investigadoras se reunirán con los empleados de Telemarketing, por un periodo de una hora, para explicar sin mayor detalle el motivo de su presencia en la empresa.

Fase A1 Pre Evaluación

Se aplicará el “Cuestionario De Satisfacción Laboral S10/12”, para medir el nivel de satisfacción de los vendedores de la Compañía, que estarán realizando sus cobros de comisiones de manera estándar. Tal procedimiento se llevará a cabo durante una hora, y será realizado por una observadora; las otras dos investigadoras desempeñarán roles de apoyo.

Fase B Intervención

Una vez culminada la fase anterior, se realizará la manipulación de la V.I.: la empresa cambiará su política de pago de comisiones de tipo estándar a escalar, de modo que cada vendedor ganará sus comisiones, por un periodo de seis meses, de acuerdo a las metas establecidas por la empresa. Aquí intervendrán los directivos de la misma y una experimentadora del equipo.

Fase A2 Post Evaluación

Pasados los seis meses de haberse cambiado la política de pago de comisiones, de estándar a escalar, nuevamente se les administrará a los vendedores el “Cuestionario De Satisfacción Laboral S10/12”, con el objetivo de comprobar si aumentó el nivel de satisfacción de los mismos. La aplicación será de una hora, y cada observador desempeñará el mismo rol que en la Fase A1.

Análisis de datos

El análisis de los datos se llevará a cabo mediante la Estadística descriptiva e inferencial. Dicho análisis se realizará tras la comparación de los resultados obtenidos, por los vendedores, en el “Cuestionario De Satisfacción Laboral S10/12” aplicado en la fases A1 y A2. Se contará con los registros de una sola muestra (fase A1) y se comparará con los resultados obtenidos en la fase A2, luego de aplicar la fase B (experimental). Un paso determinante será establecer las características según la distribución comparativa; para lo cual, será necesario hallar la media de la distribución, que constituirá la base para estimar la varianza poblacional. A fin de estimar la varianza de los resultados se apelará al recurso estadístico de la “prueba t de Student para una sola muestra”, la cual opera decidiendo si una diferencia en la media entre dos

resultados obtenidos, es estadísticamente significativa. Al comparar las dos medias siempre se supone que el nivel de significación alfa sea menor que 0,05 (Aron, 2001).

De esta forma, se concluirá si se rechaza la hipótesis nula y se sostiene la hipótesis alterna, la cual propone la relación entre el aumento del nivel de satisfacción de los vendedores, con la política de pagos de comisiones de tipo escalar.

Referencias bibliográficas

- Aron, Arthur. (2001). *Estadística para Psicología*. Buenos Aires: Pearson Education.
- Martínez Hernández, M. (1984). *Psicología Experimental. Conceptos Básicos, Metodología y Diseños*. Madrid: Ed. Universidad Complutense de Madrid.
- McGuigan, F. J. (1996). *Psicología Experimental*. México: Editorial Prentice Hall.
- Meliá, J. L. y Peiró, J. M. (1989). El Cuestionario de Satisfacción S10/12: Estructura factorial, fiabilidad y validez [The S10/12 Job Satisfaction Questionnaire: Factorial structure, reliability and validity]. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 4 (11), 179-187.
- Meliá, J.L. y Peiró, J.M. (1998). *Cuestionario de Satisfacción Laboral S10/12*. Obtenida el 30 de noviembre de 2009. Desde http://www.uv.es/meliajl/Research/Cuest_Satisf/S10_12.PDF
- (n.d.) Obtenida el 2 de diciembre de 2009, de http://es.wikipedia.org/wiki/Estad%C3%ADstico_muestral
- (n.d.) Obtenida el 2 de noviembre de 2009, de <http://www.apsique.com/wiki/LabMotysatis>
- (n.d.) Obtenida el 2 de noviembre de 2009, de <http://www.eumed.net/libros/2006c/203/2h.htm>
- (n.d.) Obtenida el 5 de noviembre de 2009, de <http://www.monografias.com/trabajos48/satisfaccion-laboral/satisfaccion-laboral.shtml>
- (n.d.) Obtenida el 5 de noviembre de 2009, de www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0370-41062007000500006&script=sci_arttext
- (n.d.) Obtenida el 5 de noviembre de 2009, de www.unizar.es/cuadernos/n04/n04a04.html