



Profundiza más

Recurso de Profundización

Motivar para vender: estrategias efectivas más allá de los incentivos.

- ✓ **Descripción del recurso:** Este recurso presenta un caso práctico de la empresa ficticia Comercial Andes, en el que se analiza cómo motivar eficazmente a los vendedores más allá de los incentivos económicos. Actualmente, el equipo depende casi exclusivamente de bonos por cumplimiento de objetivos. Aunque inicialmente esta estrategia parecía efectiva, con el tiempo ha generado estrés, competencia desleal y desgaste emocional, afectando tanto el clima laboral como la productividad.

La gerencia decide implementar un plan motivacional más integral, que combina incentivos económicos con programas de formación, reconocimiento público y espacios de retroalimentación positiva. El recurso permite comprender cómo equilibrar la motivación extrínseca e intrínseca para fomentar compromiso, satisfacción laboral y rendimiento sostenible.

Además, resalta la importancia de que los líderes comerciales diseñen estrategias motivacionales que consideren tanto el bienestar del equipo como los objetivos comerciales, mostrando cómo la motivación adecuada puede transformar el desempeño y la cohesión del equipo de ventas.

- ✓ **Desarrollo:**

Escenario

La empresa ficticia **Comercial Andes** se enfrenta a un problema: su sistema motivacional se ha basado casi exclusivamente en **bonos económicos por cumplimiento de metas**. Aunque al inicio funcionó, con el tiempo esta estrategia generó **estrés, competencia desleal y desgaste emocional**. El clima laboral se deterioró y la productividad empezó a caer.



Profundiza más

La gerencia decide implementar un **plan motivacional integral**, que equilibre la motivación extrínseca con la intrínseca, para construir un equipo más sostenible y de alto rendimiento.

Personajes

Claudia (Gerente comercial): Visionaria, quiere cambiar el modelo motivacional.

Andrés (Vendedor top): Enfocado en los bonos, competitivo, pero desgastado.

Lucía (Ejecutiva junior): Comprometida, pero frustrada con el ambiente competitivo.

Santiago (Coach interno): Experto en motivación y desarrollo organizacional.

Escena 1 ➔ El agotamiento del modelo actual

Andrés (exaltado): Me esfuerzo al máximo por el bono, pero siento que no importa cómo lleguemos, solo que lleguemos. Esto está generando rivalidad.

Lucía (triste): Exacto. A veces parece que competimos entre nosotros en lugar de colaborar. Yo quiero crecer y aprender, no solo pelear por un premio.

Claudia (pensativa): Estamos midiendo el éxito solo en números. Necesitamos un modelo que motive de forma más humana y sostenible.

Escena 2 ➔ El diagnóstico y las alternativas

Santiago (explicando): Lo que tenemos es un sistema basado únicamente en motivación extrínseca. Eso genera resultados rápidos, pero no duraderos.

Claudia (curiosa): ¿Qué propones?

Santiago (detallando): Un plan integral con cuatro pilares:

- **Reconocimiento público** de logros colectivos e individuales.
- **Incentivos flexibles**, no solo dinero.
- **Desarrollo profesional** mediante capacitaciones y mentorías.
- **Gamificación de objetivos**, para hacerlo dinámico y divertido.

Escena 3 ➔ La implementación ➔ (Un mes después, en una reunión de equipo)

Claudia (anunciando): Desde hoy, además de los bonos, tendremos un programa de reconocimiento mensual, un tablero de logros digital y capacitaciones opcionales para quienes deseen especializarse.

Lucía (entusiasmada): ¡Al fin algo que reconoce también el esfuerzo y no solo el resultado!



Profundiza más

Andrés (reflexivo): Me gusta la competencia, pero admito que estaba agotado. Con esta nueva propuesta siento que el equipo puede crecer junto.

Escena 4 → Resultados visibles → (Dos meses después)

Santiago (compartiendo métricas): La productividad creció un 15%, pero lo más importante es que el índice de satisfacción laboral también mejoró.

Claudia (sonriendo): Esto demuestra que la motivación intrínseca y extrínseca no son opuestas, sino complementarias.