

DEDICATORIAS

ARELY GERONIMO DÍAZ

La presente tesis se la dedico principalmente a Dios por haberme permitido llegar hasta aquí hoy, por darme salud, fuerzas y sabiduría para comenzar y terminar todo este proceso, por ayudarme a realizar mis objetivos y metas. Quiero darle las gracias por su amor infinito.

A MI FAMILIA

A mis padres, por ser los pilares fundamentales en mi vida y formación, a ellos atribuyo todo lo que he logrado en la vida, gracias a su apoyo incondicional y amor he logrado terminar este trabajo, son la motivación principal en todas las metas que me he propuesto.

A mis hermanos, por su apoyo incondicional a lo largo de estos años, por cada consejo y aliento que me han dado para continuar en este proceso, por estar conmigo en todo momento.

A MI PROFESORA

Especialmente quiero agradecerle a la Lic. Elisa Pérez, con respecto y admiración por haberme brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y sus conocimientos, así como también haber tenido la paciencia para explicarme con claridad y exactitud cada duda que me surgiera y por guiarme durante todo el desarrollo de esta tesis. Agradezco también su tiempo dedicado, pues se bien que no le fue nada fácil porque atendía a muchos grupos. Gracias por ser una excelente profesora, Dios la bendiga.

A MIS COMPAÑEROS

Principalmente, a mis compañeros de tesis; gracias por su apoyo en la elaboración de este proyecto, agradezco infinitamente por sus esfuerzos, se bien que no fue nada fácil, que hubieron complicaciones, sin embargo, lo hemos logrado, gracias por todo su empeño, esfuerzo y dedicación.

A mis compañeros de clases, ya que con su compañerismo, amistad y apoyo moral aportaron un alto porcentaje a mis ganas de seguir adelante y continuar en este proceso.

A MIS PADRES

Antes que nada, quiero empezar agradeciendo a mis padres, por darme la vida, por darme una infancia llena de felicidad, por la formación y educación que con mucho esfuerzo e ímpetu lograron enseñarme, por darme unos hermanos tan maravillosos y por darme la lección más grande de vida que es la vida misma.

Gracias a mi madre que siempre ha estado en el momento preciso para extenderme su mano, por convertir los malos pasos en momentos de reflexión, por escucharme y siempre tener algo que decirme, por prestarme su hombro para desahogarme en llanto, por ser mi cómplice en tantas travesuras, por prepararme mis platillos favoritos, y por consentirme hasta el día de hoy.

A mi padre quien me enseñó a valorar los resultados de un gran esfuerzo, a conocer el precio de tener una gota de sudor en la frente, por ser “amigo” y darme palabras de aliento; a ser ejemplo, padre mío, ocupas un lugar muy especial en mi corazón.

A MIS HERMANOS

Gracias a ellos adquirí el don de la paciencia y la reflexión, por compartir alegrías y tropiezos de los cuales salimos triunfadores, por su confianza y por permitirme estar en sus vidas, las amo a todas y cada una de ellas, Arturo, Anthony y Yaya; siempre están presentes en mi vida.

A MI ESPOSO

Por dejarme compartir su vida con la mía, por darme su amor, por saber aguantarme y perdonar, por darme la confianza y no dejarme caer, por su apoyo incondicional, por darme el mayor tesoro que tenemos, ese pequeño rayito de luz y esperanza que es nuestro pequeño Liam.

A MI HIJA

A Monserrat por transformar mi vida tan radicalmente, por devolverme la facilidad y dibujar todos los días una gran sonrisa en mi rostro, por alimentar de amor mi corazón, y por deleitar mis oídos escuchando esa vocecita diciéndome mama, por qué eres la razón para luchar y seguir adelante, ¡¡¡mi vida es hermosa porque existes tú!!!

A MIS PROFESORES

A todos mis profesores no solo de la carrera sino de toda la vida, mil gracias porque de alguna manera forman parte de lo que ahora soy.

A LA UNIVERSIDAD

A la Universidad del Sureste por qué gracias a él descubrimos todo un mundo dentro de sus aulas, compartimos historias de vida, conocimos nuestras fuerzas y debilidades, por darnos cobijo, un temple, una formación y por darnos los conocimientos para afrontar esta vida y vivirla a plenitud.

A MIS COMPAÑEROS

Gracias a todas aquellas personas que en algún momento de mi vida aparecieron como estrellas para iluminar mi camino, por los buenos o malos consejos que me dieron, por darme momentos inolvidables tanto felices como

tristes, pero que al final son parte de todo; a todos ellos por compartir un poco de su tiempo, de su vida, sus molestias, sus sufrimientos, sus logros y que me enseñaron el verdadero concepto de “amistad”.

A DIOS

Agradecer a Dios por prestarnos la vida, por llevarnos en el sendero del bien, por cuidar de nosotros y por otorgarme esta familia tan hermosa que tengo.

YOSUANY SANTIZO RAMÍREZ

Principalmente quiero agradecerle a Dios por la vida y por la salud que me ha brindado durante toda esta etapa de mi vida, y también principalmente por a verme dado la sabiduría para terminar todo el ciclo escolar.

A MIS PADRES:

Y también quiero agradecer a mis papas HERMELINDA RAMÍREZ BALTAZAR Y FRANCISCO SANTIZO RAMÍREZ, ya que gracias a ellos me han dado fuerzas para seguir a delante, agradezco que me han brindado su apoyo económico y prácticamente sus consejos, su amor, comprensión y su totalidad confianza que me brindan y gracias a ello, eh estado saliendo a delante y nuevamente gracias por haberme brindado su apoyo durante toda mi vida.

A MIS HERMANOS:

Gracias al apoyo de mis hermanos FLORINELSI SANTIZO RAMIREZ, DIDIER SANTIZO RAMIREZ Y DANIA SANTIZO RAMIREZ, les agradezco enormemente por el apoyo que me han brindado durante toda mi vida y principalmente en este ciclo escolar que siempre me ayudaron en distintas maneras y les agradezco de todo corazón que siempre me insistieron a seguir adelante.

A MIS COMPAÑEROS DE TESIS

Principalmente quiero a gradecer a mi compañeras ARELY GERÓNIMO DÍAZ y ADRIANA MONJARAS PÉREZ por el buen corazón y empeño, dedicación que han venido manejando durante todo el proyecto gracias a ellas por la coordinación y mi a compañera Areli que siempre estuvo al pendiente y

dirigiéndonos , aunque algunas ocasiones hubo disgustos pido disculpas, y también hubo momentos de alegrías fue un placer haber trabajado con mis compañeras y me alegra que me haya tocado ser parte del equipo de trabajo.

A MI PROFESORA

Le doy gracias a mi profesora la Lic. ELISA PÉREZ de ante mano le agradezco por instruirnos detalladamente la materia y tener el tiempo suficiente para atendernos ya que no fue nada fácil mantener un numeroso grupo, y por ello la admiro y respeto, usted es un ejemplo claro para seguir, y nuevamente muchas gracias Lic.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	4
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	4
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	16
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	17
1.3.1 OBJETIVO GENERAL.....	17
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
1.4 HIPOTESIS.....	17
1.4 JUSTIFICACIÓN	18
1.6 DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO	20
CAPÍTULO II	21
2. MARCO DE REFERENCIA	21
2.1 MARCO HISTÓRICO	21
2.2 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	24
2.3 MARCO TEÓRICO	28
2.3.1 DEFINICIÓN DE MOTIVACION	28
2.3.2 TIPOS DE MOTIVACION.....	28
2.3.3 TEORIAS SOBRE LA MOTIVACIÓN.....	29
2.3.3.1 TEORIAS ANTIGUAS	29
2.3.3.1.1 JERARQUÍA DE LAS NECESIDADES	29
2.3.3.1.2 LAS TEORÍAS X Y Y.....	31
2.3.3.1.3 TEORIA DE LOS DOS FACTORES.....	32
2.3.3.1.4 TEORÍA DE LAS NECESIDADES DE MCCLELLAND.....	34
2.3.3.2 TEORÍAS CONTEMPORÁNEAS DE LA MOTIVACIÓN.....	35
2.3.3.2.1 TEORÍA DE LA EVALUACIÓN COGNITIVA.....	35
2.3.3.2.2 TEORÍA DEL ESTABLECIMIENTO DE METAS	36
2.3.3.2.3 TEORÍA DE LA EFICACIA PERSONAL	37
2.3.3.2.4 TEORÍA DEL REFORZAMIENTO.....	39
2.3.3.2.5 TEORÍA DE LA EQUIDAD	40

2.3.3.2.6 TEORIA DE EXPECTATIVAS	43
2.3.4 EL CICLO MOTIVACIONAL	45
2.3.5 FACTORES QUE INFLUYEN EN LA MOTIVACION	46
2.3.6 IMPORTANCIA DE LA MOTIVACIÓN EN LAS EMPRESAS	47
2.3.7 DEFINICION DE PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL	48
2.3.7.1 FACTORES DE LA PRODUCTIVIDAD	48
2.4 MARCO CONCEPTUAL	49
CAPÍTULO III	53
3. DISEÑO METODOLÓGICO.....	53
3.1 FORMAS DE INVESTIGACIÓN.....	54
3.1.1 INVESTIGACION PURA	54
3.1.2 INVESTIGACIÓN APLICADA	55
3.2 TIPOS DE ESTUDIO	55
3.2.1 ESTUDIO CORRELACIONAL.....	55
3.2.2 ESTUDIO DESCRIPTIVO.....	56
3.2.3 ESTUDIO EXPLICATIVO.....	56
3.2.4 ESTUDIO EXPLORATORIO	57
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	57
3.3.1 INVESTIGACIÓN EXPERIMENTAL	57
3.3.2 INVESTIGACIÓN NO EXPERIMENTAL	58
3.3.2.1 INVESTIGACIÓN TRANSVERSAL.....	59
3.3.2.2 INVESTIGACIÓN LONGITUDINAL	59
3.4 ENFOQUES	59
3.4.1 ENFOQUE CUALITATIVO.....	60
3.4.2 ENFOQUE CUANTITATIVO	61
3.4.3 ENFOQUE MIXTO	61
3.5 UNIVERSO O POBLACIÓN	62
3.5.1 DELIMITACIÓN ESPACIAL.....	63
3.6 MUESTRA	64
3.6.1 TIPOS DE MUESTREO	64
3.6.1.1 PROBABILÍSTICO	65
3.6.1.1.1 ALEATORIO SIMPLE	65

3.6.1.1.2 ESTRATIFICADO	65
3.6.1.1.3 SISTEMÁTICO.....	66
3.6.1.1.4 POR CONGLOMERADO	66
3.6.1.2 NO PROBABILÍSTICO.....	67
3.6.1.2.1 MUESTREO POR CONVENIENCIA	67
3.6.1.2.2 MUESTREO POR CUOTAS.....	68
3.6.1.2.3 ACCIDENTAL O BOLA DE NIEVE	68
3.7 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	69
3.7.1 OBSERVACIÓN	69
3.7.2 ENCUESTA.....	70
3.8 INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	70
3.8.1 CUESTIONARIO	70
CAPÍTULO IV.....	78
4. RESULTADOS.....	78
4.1 RESULTADOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL MARCO METODOLÓGICO	78
4.2 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	79
SUGERENCIAS	119
PROPUESTA.....	121
ANEXOS.....	132

INTRODUCCIÓN

La motivación del personal, es un factor determinante dentro de las empresas y la sociedad, debido a que es donde el ser humano puede interactuar y obtener satisfacción propia, donde descubre retos y pone en juego sus capacidades para mostrar su intelecto, así mismo es donde las empresas pueden crecer y dar a conocer grandes equipos laborales, capaces de competir en diversos ámbitos y ocupar lugares de primer orden, es por eso que es fundamental que la empresa, reconozca a sus colaboradores como parte importante de la misma, así mismo que estos sean firmes representante de la empresa, con confianza y libertad para una participación eficiente y activa.

En la actualidad la motivación se ha convertido en un elemento fundamental para el éxito de toda empresa (pública y privada) ya que de ella depende en gran medida al cumplimiento de las metas y objetivos de la empresa. Lo cierto es que en muchos sectores no han notado la importancia de estas cuestiones y siguen la práctica de una gestión que no tiene en cuenta el factor humano, en ellos, ha empezado a darse un déficit de recursos cualificados y es por eso que las empresas están en busca de las formas de motivar al recurso humano. El mercado de trabajo se ha transformado, la motivación es parte importante para el colaborador ya que así se podrá dar una mayor productividad y ayudar a que se genere un mejor ambiente de trabajo. El problema es que algunas organizaciones o empresas donde los colaboradores no están motivados, el cliente o usuario que requiere de los servicios muestra quejas de mala atención, de un mal servicio y demás. Todo lo mencionado es real y por esas debilidades que muestran dichas empresas, la productividad está en un nivel bajo y esto afecta tanto al colaborador como a la empresa.

El presente trabajo de investigación ha sido elaborado en el marco del plan de estudios de la carrera de licenciatura en Administración de Empresas de la Universidad del sureste, específicamente Campus de la Frontera, en Frontera Comalapa, Chiapas; con la finalidad de sustentar la vital importancia de la motivación en la productividad y las consecuencias que ello implica en los resultados finales de una empresa, para que derivado a los resultados obtenidos sea posible la construcción de estrategias para motivar a los trabajadores y aumentar la productividad empresarial.

El trabajo se presenta en cuatro grandes capítulos, independientemente la información general relacionada a las dedicatorias, índice, introducción, sugerencias y/o propuestas, conclusión, anexos, y la bibliografía.

Los cuatro grandes capítulos antes mencionados comprenden:

Capítulo I. Planteamiento del problema. En este apartado se exponen los datos relevantes que existen sobre el problema en distintos niveles, se definen las interrogantes que han de guiar la investigación, la idea central, el objetivo general, los objetivos específicos, la hipótesis, la justificación de la necesidad de investigar el tema en cuestión, así como la delimitación del estudio.

Capítulo II. Marco de referencia. En este capítulo se presenta información del tema a partir de un marco histórico que ilustra los antecedentes del problema desde tiempos remotos; también encontramos un marco teórico donde podemos conocer las bases teóricas que sustentan nuestra tesis a partir de diversos autores y finalmente un marco conceptual que nos da luz en los distintos términos técnicos relacionados al tema y a nuestra profesión.

Capítulo III. Metodología. En este capítulo se habla del tipo de estudio y metodología aplicada en el proceso de investigación y de manera más concreta se muestran los instrumentos, características y procedimientos utilizados para obtener nuestra información documental y de campo.

Capítulo IV. Finalmente en este capítulo se muestran los resultados de la investigación, los análisis e interpretación de los datos en función a los cuadros y gráficas resultantes.

CAPÍTULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

LA MOTIVACION DEL PERSONAL Y SU IMPACTO EN LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL EN COPPEL FRONTERA COMALAPA, CHIAPAS.

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En la actualidad podemos ver que la motivación del personal dentro de la empresa se ha convertido en una estrategia para lograr la productividad, al mismo tiempo motivar a los colaboradores dentro de la empresa se ha convertido en un gran desafío para los líderes, puesto que es necesario saber con claridad los factores motivantes para los trabajadores.

(Bohórquez, 2020)

Menciona que: A nivel mundial las empresas van adoptando cambios de acuerdo a las tendencias de mercado, sin embargo, pocas son las que implementan nuevos sistemas exclusivamente para el talento humano que logren que se sientan motivados a realizar las actividades asignadas, debido que su trabajo no es valorado ni compensado, creando una insatisfacción laboral que minimiza la productividad de la organización.

Las empresas u organizaciones que sufren de baja productividad laboral son porque no le dan la importancia necesaria a las causas que lo producen, aunque fácilmente desde afuera de la organización se observa que no existe otro motivo mayor que la motivación de los colaboradores.

A nivel mundial todas las empresas necesitan mantener una buena relación entre jefes y subordinados para lograr las metas de esta, debido que el Talento Humano es considerado el activo más valioso de la empresa puesto que con un personal satisfecho podremos mantener o mejorar la productividad, debido al comportamiento, compromiso que tiene el empleado con la empresa.

Es fundamental que el jefe asuma el rol de líder, manteniendo ciertos lineamientos con sus colaboradores que fortalezcan aspectos motivacionales. La motivación debe estar considerada en las instituciones y empresas para obtener resultados positivos en sus subordinados para que todas las actividades que se realizan se lleven a cabo por medios los objetos de esta, es decir, en relación con el trabajo.

Según (Conexionesan, 2019):

La motivación laboral es un factor crucial para el crecimiento de una empresa. Al brindarles a los empleados un sentido de participación con la organización, generarán un mayor compromiso y rendimiento del capital humano.

El desarrollo tecnológico, el ingreso de nuevos profesionales al mercado laboral y los constantes cambios en la economía mundial han hecho que la calidad de vida laboral se vea afectada. Un estudio realizado por Gallup detalla que solo el 15 % de los colaboradores se siente entusiasmado por el futuro de sus compañías, cifras que reflejan la falta de motivación laboral dentro de una empresa. Asimismo, Perú es uno de los países con mayor índice de rotación laboral en toda Latinoamérica, con un promedio de 20 %, según un informe de PWC.

Para este 2019, los jefes de departamentos han empezado a implementar nuevas estrategias para que los colaboradores se sientan motivados y comprometidos con cada uno de los proyectos y planes empresariales. Estas son las tendencias globales en cuanto a motivación laboral que las organizaciones deben abordar para mantenerse competitivas en la actualidad.

(Startup Guide, 2019)

Señala: La motivación depende en gran medida del vínculo que la persona en cuestión establezca con la empresa. De hecho, queda patente rápidamente cuándo un trabajador no siente ningún tipo de compromiso o el vínculo emocional no es fuerte. Interesantes son los datos que arroja el estudio de Gallup: el 87 por ciento de los empleados a nivel mundial no se sienten comprometidos con su empresa.

En España, aunque las pequeñas y medianas empresas, de gran importancia para la economía del país, dispongan de base de estructuras rentables para motivar a los trabajadores, carecen de las estrategias eficaces para hacerlo. Solo quienes entiendan la motivación como un concepto psicológico y apliquen en la práctica métodos que la fomenten, pueden conseguir la satisfacción de sus empleados y, de este modo, alcanzar el éxito de la empresa.

(Adecco, 2019)

Afirma: Un empleado motivado y satisfecho con su trabajo y su entorno rendirá más y será capaz de aportar mayor valor a su trabajo, lo que contribuye al crecimiento de la organización.

Si a un colaborador no se le motiva, éste no orientará su esfuerzo a un nivel adecuado, sólo realizará sus actividades por obligación; sus funciones serán medianamente ejecutadas o hechas a la ligera, sólo para cumplir con lo que se le pide. En cambio, cuando a un colaborador se le hace sentir parte de la organización, se le motiva y satisface, éste optimizará sus esfuerzos y así la organización tendrá resultados satisfactorios.

(Salazar, 2016)

Menciona: En la actualidad, la organización para ser mejores cada día en el sector laboral, compiten y requieren que sus colaboradores se dediquen al máximo en sus actividades para que estas se convierten en más competitivas.

La motivación al ser un fenómeno de varias causales incidirá en diferentes factores. Uno de los pilares fundamentales que toda organización requiere para convertirse más competitiva es la conocida cultura organizacional, que si bien es caracterizada por valores y normas, también permite a los individuos que la conforma a identificarse a través de conductas positivas o negativas. Es esta cultura organizacional la que determina de una u otra manera la forma de cómo funciona a través de estructuras, de sistemas y de estrategias una empresa. Es por esta razón que una organización requiere mecanismos que permitan determinar objetivos y alcanzar metas, y para ello, la palabra motivación es un factor interno de suma importancia y que requiere atención, conduce al alto desempeño manteniendo culturas y valores corporativos, pues una persona satisfecha que estima su trabajo, lo transmite y lo disfruta al momento de realizar sus actividades y atender a sus clientes. La motivación laboral es un logro de la eficiencia empresarial, que se ve reflejada en la calidad de los servicios de las organizaciones

A si mismo determina que: la motivación laboral no solo es una estrategia que ayuda a establecer y conservar los principios y valores corporativos que orienten a los trabajadores a desenvolver un profundo desempeño, sino que también esta conducta repercute positivamente en los intereses de la organización. Por eso, para alcanzar este nivel de compromiso, se debe estimar el estado de disposición y cooperación del equipo humano, adaptando elementos que sirvan de garantía a un determinado grupo que logre competentemente ser motivado y orientado al logro de sus intereses y aspiraciones personales y profesionales.

La personalidad, la educación y el sistema de valores son los factores esenciales de la motivación laboral, estímulos capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia el objetivo fijado. La motivación laboral se resume en una mayor productividad, una mayor implicación y un mayor rendimiento laboral; es decir que las estrategias y el desarrollo de las personas siempre serán un factor determinante en el logro de los objetivos empresariales y personales de los trabajadores.

(Tesselar, 2021)

Señala: La baja productividad por falta de motivación también puede desencadenar en otras consecuencias como aumentar los costos por faltas injustificadas y la alta rotación de personal, además de afectar la imagen y reputación de la empresa.

En México, la baja productividad laboral llega a costar hasta 815.5 millones de pesos anuales a las grandes empresas. La falta de compromiso, pero también la poca valoración de los colaboradores, influyen directamente en el éxito de las grandes empresas.

De acuerdo al Estudio de Remuneración (PageGroup, 2020) :

Los principales retos que se han planteado Directivos de diferentes empresas para los próximos años es la retención del talento. Actualmente, las empresas buscan enfocarse en atraer al talento correcto y retenerlo. Es por eso que existe una tendencia en generar estrategias para mantener motivados a sus empleados, creando planes de carrera bien definidos, viviendo una cultura organizacional sana y equilibrada, y trabajando en programas de desarrollo y capacitación que mantengan al talento actualizado para enfrentar cambios y la evolución, tanto de sus labores como los retos, de cada compañía y que sólo el 64% de los trabajadores vive los valores de la empresa; la cifra es menor en capacitación, a la que sólo accede el 42% del talento. A penas el 41% recibe motivación y con un lejano 26% se encuentran las personas con un plan de carrera bien definido.

“Otro de los grandes desafíos que enfrentan las empresas hoy en día es comprender qué aspectos son los que están motivando al talento y de esta manera generar estrategias efectivas en la gestión y retención de talento. Dentro del perfil de nuestros encuestados contamos con profesionales de distintas generaciones, edades y género, por lo que nuestro objetivo es mostrar las similitudes y diferencias de opinión para cada uno de ellos”, advierte en su estudio en su estudio.

(PageGroup, 2020)

Señala que otro de los grandes desafíos que enfrentan las empresas hoy en día es comprender qué aspectos son los que están desmotivando al talento, y así generar estrategias efectivas para incrementar su compromiso y evitar la fuga

de talento. Los profesionales encuestados definen que la principal razón por la que buscarían cambiar de trabajo es por tener un salario por debajo del mercado, Esto, en concordancia con los principales desmotivantes que influyen para considerar un cambio de empleo, en donde se encuentra en primer lugar el salario por debajo del mercado (19%), sobrecarga de trabajo (13%) y una rutina de trabajo monótona (8%).

(PageGroup, 2020)

Destaca que, a la luz del cambio generacional y los nuevos desafíos financieros, políticos, económicos y tecnológicos, en donde las empresas comenzarán a cambiar la forma de hacer negocios a través de herramientas como el big data, la inteligencia artificial y la automatización. La mejor respuesta seguirá estando en la gente, y en quien sepa atraer y retener al mejor talento.

(ENCICLOPEDIA ECONOMICA, 2018) Menciona:

La motivación laboral es la capacidad que tiene una organización o empresa para mantener una actitud positiva en sus empleados.

El éxito de toda empresa se basa en el buen desempeño de sus empleados al realizar sus trabajos, ya que aquello influye directamente sobre el desenvolvimiento de la organización al cumplir sus objetivos.

La motivación laboral de un individuo depende de muchos factores, tales como su edad, cultura o nivel social.

Tomando en cuenta dichos factores, es posible identificar cuál es la mejor motivación que se le puede suministrar a una persona para que cumpla con su trabajo de la mejor manera. Debido a que una empresa es una entidad que por sí sola no puede lograr sus objetivos, es importante que cuente con un personal de trabajo bien motivado para que realice su trabajo de manera eficiente y promueva el éxito de la organización. Mantener a los empleados motivados permitirá que estos trabajen de forma competente y que el cumplimiento de objetivos que persigue la organización en cuestión se pueda realizar en tiempo y forma.

(Torres, 2018)

Menciona: La gestión de las personas es la clave del éxito dentro de una organización. Existen muchas causas que llevan a la falta de motivación laboral y las consecuencias pueden afectar no solamente al clima laboral sino también al rendimiento, la productividad y la calidad del trabajo. La obtención de los máximos beneficios económicos se encuentra, en muchas ocasiones, en la motivación del personal. En una empresa con trabajadores sin motivación el 20% de la jornada laboral significa una pérdida de tiempo y de recursos y materiales, el 55% del tiempo es improductivo.

Se estima que 6 de cada 10 empleados visitan sitios web no relacionados con su trabajo cada día, de hecho, las búsquedas más frecuentes suelen estar relacionadas con páginas de redes sociales, entre las cuales las preferidas son Facebook y LinkedIn. Si la desmotivación o la falta de interés en el desarrollo de las actividades que acarrea el puesto aparecen, pueden llevar al trabajador a un estado de apatía que le conduce a no realizar las funciones habituales de la

mejor manera. Cuando un empleado empieza a desmotivarse, pierde el entusiasmo y la ilusión y su trabajo se ve reducido.

Un estudio reciente muestra que el factor económico no es el más importante para que un equipo deje de ser productivo. De hecho, la falta de exigencia, horarios e incentivos, son de los que más importancia tiene. Teniendo en cuenta las respuestas del estudio, el 33% de los trabajadores se sienten estancados, el 30% asume que les gustaría tener mejores incentivos laborales, un 22% dice tener una jornada demasiado larga y solamente el 15% de los encuestados afirman que su apatía viene dada por un factor económico.

(Sanchez, 2013)

Menciona: Uno de los beneficios más importantes de la motivación laboral es el compromiso. Tener empleados motivados fácilmente se traducirá en empleados comprometidos y con ganas de sumar. Por supuesto, la motivación es un gran tema dentro de cada negocio pero tiene sus peculiaridades. La realidad de la motivación en las empresas no siempre está en el nivel deseado.

La mejora de la motivación laboral se ha puesto de moda como área a desarrollar dentro de las organizaciones empresariales. Las empresas se han dado cuenta de la importancia que posee y la influencia que tiene en los resultados de la empresa. Por ello, ahora se preocupan por tener a sus empleados motivados al máximo para conseguir objetivos ambiciosos y generar un ambiente laboral que propicie el trabajo cómodo.

Según el periódico (FINANCIERO, 2013)

Mantener al capital humano satisfecho es un factor importante dentro de las organizaciones, pero a pesar de ello en México tan sólo 32% de los trabajadores menciona que se siente motivado por su trabajo, reveló un estudio que realizó Trabajando.com.

Entre las principales razones para sentirse motivado, 37% de los entrevistados mencionó que son tener mayores responsabilidades, para 24% son las oportunidades de desarrollo que brinda la empresa y para 17%, un buen ambiente laboral.

De acuerdo con el sondeo de la empresa de bolsa de trabajo por internet, el éxito de una firma depende del desempeño de las personas y de su potencial para desempeñar sus funciones, por lo que es fundamental que en las políticas internas se incluyan instrumentos para mejorar la motivación de los trabajadores.

Del 68% de las personas que no se sienten motivadas, cuatro de cada 10 piensa que su empresa no les da oportunidades para desarrollarse; 20% no está conforme con su sueldo y 17% dijo que su jefe no tiene capacidad de liderazgo o que se debe a un mal ambiente laboral.

Asimismo, 62% señaló que su empresa no hace nada para mantenerlos motivados, sólo 18% dijo que su corporación los capacita y cuenta con un plan de carrera, 11% obtiene bonos de productividad y 5.0% recibe pláticas motivacionales.

El estudio refiere que para 90% de los encuestados, la desmotivación afecta negativamente su productividad, lo cual muestra la relevancia y "los desafíos que tienen día a día las compañías, si esperan ser las mejores", de implementar herramientas que estimulen la acción.

La directora corporativa de Comunicación de la empresa, Margarita Chico, concluyó que "es de vital importancia que los trabajadores estén contentos y motivados no sólo con sus tareas, sino que también con la organización" para que así puedan obtener los mejores resultados.

(Universiamx, 2013)

Señala: Mantener al personal motivado es una de las claves del éxito empresarial y una de las pautas principales que siguen los manuales de recursos humanos hoy en día. La realidad indica que si los empleados no se sienten contentos al concurrir a la oficina, probablemente no rendirán al máximo de sus capacidades. Sin embargo, un informe de la firma AON Hewitt reveló que sólo tres de cada diez empresas en México contemplan planes de salud y bienestar para sus trabajadores. Los planes de incentivos pueden mejorar la productividad de un trabajador hasta en un 40% aunque la tendencia principal en el país sigue siendo dar mínimas prestaciones al salario base como el cumplimiento del pago del aguinaldo y la prima vacacional.

Según la revista digital (EXPANSION, 2011)

En México, la razón principal que orilla a los colaboradores a buscar otro empleo es la falta de desarrollo y/o crecimiento en la empresa, seguido por un descontento con su salario y una mala relación con los jefes, según la encuesta 'Motivaciones del mexicano en el trabajo', de la firma de servicios de Recursos Humanos Randstad.

El tercer elemento que importa a los profesionistas es el ambiente de trabajo, "la forma en que me tratas" en el desempeño diario tiene un peso importante al elegir quedarse o no en un organización, asegura el director de la firma de consultoría de empresas homónima.

La Revista Digital (EXPANSIÓN, 2010)

señala: En México no existe una cifra exacta sobre el costo de un trabajador desmotivado, sin embargo se sabe que por lo menos 4.5 millones de trabajadores entre 20 y 40 años reportan algún tipo de depresión, ocasionada por problemas profesionales, y lo cual disminuye sus índices de productividad un 40%, de acuerdo con datos del IMSS.

Se considera que un empleado deprimido, que se siente a disgusto (en extremo) en su ámbito de trabajo, genera un costo tres veces más alto que cualquier otro padecimiento médico por baja productividad, subraya el especialista del Hospital Siquiátrico Dr. Héctor Tovar Acosta del IMSS, Wazcar Verduzco.

Cifras del IMSS estiman que una persona con depresión en promedio pierde 15 días laborales al año. En México, es muy común que la motivación se pierda por un problema en el proceso de reclutamiento. "El puesto de trabajo no es el apropiado para la persona, tal vez el candidato reúne los conocimientos y la destreza técnica, pero es importante evaluar si la vacante tiene afinidad con su personalidad, intereses personales y expectativas futuras. Conocimiento del puesto y deseo por quedarse en él son cosas totalmente distintas".

Una persona desmotivada puede contagiar a sus compañeros haciendo que cada vez más estén inconformes con las condiciones laborales que tienen. Para

poner fin a esta situación, lo primero es identificar el comportamiento de los empleados y reconocer cuáles son los factores que los tienen en ese estado.

La falta de pasión por el trabajo se puede detectar cuando el colaborador presenta: pesimismo, absentismo, pide permisos frecuentes para llegar tarde, desinterés, se sale antes de su hora de trabajo, no le interesa la integración con sus compañeros y evade nuevas responsabilidades.

A esto se debe sumar iniciativas que hagan a la persona mostrar y enfrentar su desmotivación, por ejemplo, dedicar unas horas de la semana a conversar sobre la dinámica laboral y cómo va cada persona con sus obligaciones. "Saber en dónde está atorado para apoyarlo y, a su vez, darle otros incentivos para que se sienta parte de la empresa, como hacerlo participe de actividades culturales, sociales y de capacitación".

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Consideran que la motivación del personal es un factor importante en la productividad de la empresa?
- ¿Saben que impacto tiene la motivación del personal en la productividad empresarial?
- ¿Consideran que la motivación laboral influye en el desempeño de sus colaboradores?
- ¿Implementan la motivación laboral en sus colaboradores?

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

- Determinar cuál es el impacto que tiene la motivación del personal en la productividad empresarial, y posteriormente crear una propuesta para aumentar la motivación.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer la influencia de la motivación en el desempeño de los colaboradores
- Conocer cuáles son los factores motivantes para los trabajadores.
- Analizar si motivan al personal

1.4 HIPÓTESIS

La motivación laboral tiene un impacto positivo en la productividad empresarial a través del desempeño de los trabajadores.

1.5 JUSTIFICACIÓN

Si bien es claro que las empresas son muy importantes para la sociedad, los trabajadores de estas lo son aún más, debido a que son ellos los que aportan mucho para el desarrollo y crecimiento de las empresas, el recurso humano es sin duda muy valioso.

Esta investigación tiene el propósito de determinar el impacto que tiene motivar a los trabajadores en la productividad de una empresa, de cómo esto influye de manera positiva a la hora de realizar su trabajo, llevando a un mejor desempeño y generando beneficios para la misma. Es por eso que se considera muy importante determinar el impacto que tiene la motivación del personal en la productividad empresarial, para que los líderes de la empresa le den la debida importancia a este tema.

La motivación laboral se considera como un aspecto que nunca debe faltar en una empresa, ya que tener empleados motivados fácilmente se traducirá a tener empleados comprometidos y con ganas de aportar en el logro de los objetivos empresariales propuestos por organización. La motivación del personal es un tema de gran importancia en cada empresa, sin embargo, la realidad es que, la motivación laboral dentro de las empresas no siempre está en el nivel deseado. En algunas empresas donde los colaboradores no están lo suficientemente motivados, en relación con su trabajo y las actividades que desempeñan, esto puede traer dificultades y perjudicar en la productividad de la empresa, puesto que, el colaborador no se sentirá contento y entusiasmado con su trabajo y su nivel de desempeño será bajo.

Es importante saber que la motivación del personal conlleva a un mayor grado de desempeño en la ejecución de actividades propias del trabajo, ya que ayuda a que los trabajadores de una empresa ejecuten sus actividades y responsabilidades laborales con entusiasmo y profesionalismo, y por ende, esto es algo beneficioso para la empresa. Por el contrario si no hay motivación y excelentes condiciones laborales, puede ser que no se sientan contentos con su trabajo y como consecuencia no lo realicen bien, y esto repercutiría a la productividad de la empresa.

Como administradores de empresas es importante entender la motivación del individuo a nivel laboral, ya que de esto depende en gran medida el desarrollo en la productividad y sostenibilidad de una empresa. Estamos conscientes de que al administrar una empresa, no solamente tendremos a nuestro cargo los recursos materiales y financieros, sino también el recurso humano, el cual consideramos que es el pilar dentro de la organización, es por ello que consideramos que la motivación laboral es una herramienta muy útil para aumentar y mejorar el desempeño de los colaboradores, ya que proporciona la posibilidad de incentivarlos a que realicen sus actividades y que además lo hagan con gusto lo cual proporciona un alto nivel de rendimiento de parte de la empresa.

De igual manera el desarrollo de esta investigación podrá aportar información importante que permita conocer cuáles son las variables o factores que motivan a los colaboradores, y así poder establecer medidas que permitan mejorar el desempeño de los trabajadores y la productividad de la empresa.

Tal como se ha mencionado en los párrafos anteriores, una de las bases importantes para lograr el desarrollo dentro de la organización es la motivación de los colaboradores, por esto, es necesario que las empresas consideren la

importancia de la misma, como un camino que permitirá impactar sobre su productividad y esto a su vez sobre su desarrollo.

1.6 DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO

El presente estudio se realizará en la empresa Coppel SA de C.V. de Frontera Comalapa, Chiapas, considerando que es la tienda departamental más demandada, con un gran número de colaboradores, en la cual mantenerlos motivados y lograr que estos tengan un alto nivel de desempeño para que impacte de manera positiva en la productividad de la empresa, es un gran reto para los líderes.

Considerando que Coppel es una empresa con un alto nivel de productividad, es interesante comprender cuáles sus herramientas que utiliza para mantener motivados a sus colaboradores y con ello ser más productivos y brindar un buen servicio, lo que repercute inherentemente en la preferencia y fidelidad de los clientes hacia ella.

CAPÍTULO II

2. MARCO DE REFERENCIA

2.1 MARCO HISTÓRICO

(Arroyo, 2014)

Menciona: En los seres humanos, la motivación engloba tanto los impulsos conscientes como los inconscientes. Las teorías de la motivación, en psicología, establecen un nivel de motivación primario, que se refiere a la satisfacción de las necesidades elementales, como respirar, comer o beber, y un nivel secundario referido a las necesidades sociales, como el logro o el afecto. Se supone que el primer nivel debe estar satisfecho antes de plantearse los secundarios.

Un recorrido histórico a través del cual podemos ver cómo ha ido evolucionando el estudio de la motivación, puede ser cómo ha ido evolucionado a lo largo de los diferentes autores que la trataron.

Podemos empezar nuestro recorrido histórico en Grecia con Platón, que ya proponía la motivación como impulso que guía ese carro alado que representa la visión tripartita del alma. Aristóteles afirmaba que los procesos de motivación estaban guiados por dos polos: agrado y desagrado. Nuestra mente nos guía hacia el agrado y rechaza o nos separa del desagrado. El fin último de cualquier motivación es la felicidad y ésta se consigue con la búsqueda del auto perfeccionamiento, ser más perfectos y completos. A continuación el cristianismo, ya que ganar el cielo va a ser la motivación que guie la conducta

de todo buen cristiano. Por último en la Edad Moderna se plantea la teoría del Utilitarismo, teoría definida por J.Bentham que propone la búsqueda del placer y evitación del dolor como principio motivacional. Posteriormente, en el estudio moderno de la motivación, A. Maslow va a formular su famosa pirámide de las necesidades humanas en la cual jerarquiza las motivaciones del hombre.

A nuestro parecer la motivación humana es mucho más compleja puesto que abarca tanto la parte económica como la intelectual, espiritual, etc.

(Barrios, 2018)

Menciona: La motivación laboral ha constituido un proceso de gran relevancia tanto desde la perspectiva de la investigación como de la gestión organizacional. Se han desarrollado un gran número de teorías al respecto a lo largo de la historia en busca de la clave definitiva motivacional. Es considerado el proceso micro estudiado en mayor profundidad de la psicología del trabajo. Una teoría de la motivación es útil en la medida que permite demostrar qué estímulos o elementos aportan energía y dirección al comportamiento del trabajador.

Es decir, el motivo por el cual un sujeto elige llevar a cabo una opción que en circunstancias diferentes rechazaría, incidiendo de esta manera en la conducta y voluntad de las personas. El desarrollo y la evolución del concepto de motivación envuelven diferentes disciplinas y tienen un origen histórico que es fundamental conocer para poder analizar las teorías que se detallarán en el siguiente apartado. Este origen se remonta a la filosofía clásica con autores como Sócrates, Platón o Aristóteles. Estos destacaban la naturaleza irracional e impulsiva de los motivos.

En la era moderna, fue Descartes quien aportó, la que se considera, la primera gran teoría de la motivación en 1622. Este fue el primero en asignar poderes de motivación exclusivos a la voluntad. Según la teoría desarrollada por René Descartes, todo acto de voluntad es realmente una actuación orientada. Posteriormente, Charles Darwin planteó el concepto de instinto que completó William James popularizando la teoría del instinto de motivación humana.

De acuerdo a la plataforma (Coworkingfy, 2020):

La importancia de la motivación laboral surgió a partir del siglo XVIII, con el inicio de la industrialización. Con la desaparición de los talleres de artesanos y el inicio de las compañías, la comunicación entre trabajadores y supervisores se vio disminuida. Esto redujo la motivación y la productividad. Por ello, en 1920 se creó la Organización Internacional del Trabajo para velar por el bienestar de los trabajadores y crear un equilibrio entre sus intereses y los de los empresarios.

Desde entonces, iniciaron los estudios sobre motivación laboral. Estos corroboraron que los trabajadores más motivados eran más productivos. Así, ha sido una de las teorías más estudiadas de la psicología del trabajo. Y en la actualidad se conocen diversos tipos y técnicas para aplicarla. Los objetivos de la motivación laboral condicionan el tipo de motivación que se usará.

2.2 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

(Maldonado, 2013)

Realizó una tesis titulada “Motivación para mejorar la productividad en las imprentas de la ciudad de Quetzaltenango” para obtener el título de licenciado en psicóloga industrial, como objetivo general tenía: analizar la motivación de los trabajadores de las Imprentas de la Ciudad de Quetzaltenango y su impacto en la Productividad. Sus objetivos específicos fueron: Investigar el grado de motivación y productividad que presentan los trabajadores para el desempeño de sus labores, estudiar las clases de incentivos económicos y no económicos que gozan los trabajadores y su impacto en la productividad y verificar el ambiente físico que tienen los trabajadores para mantener su motivación. Planteando la siguiente hipótesis: La motivación de los trabajadores de las Imprentas de la Ciudad de Quetzaltenango tiene un efecto positivo en la Productividad

Su investigación se realizó con el estudio de 36 imprentas ubicadas en la ciudad de Quetzaltenango, encuestando principalmente a los trabajadores del área de producción, y a los gerentes o representantes, aplicando un cuestionario y una entrevista estructurada respectivamente, con el objetivo de analizar la motivación de los trabajadores de las Imprentas de la Ciudad de Quetzaltenango y su impacto en la Productividad.

Los sujetos que se tomaron en cuenta para dicho estudio fueron los 68 trabajadores del área de producción de las 36 imprentas, así mismo se tomaron en cuentas los 36 gerentes o representantes de las imprentas, tomándose en cuenta que por la cantidad de imprentas se hizo un censo para tomar así el 100% del universo.

Los resultados de su cuestionario y entrevista fueron los siguientes: La mayoría de los trabajadores, un 60.29%, indicaron contar con una motivación media. Un 82.35% indicó estar identificados con la misión, visión y objetivos de la empresa, así mismo con un 45.07% indicó no recibir prestaciones adicionales a las de ley.

Al finalizar su investigación concluye en cuanto a que la mayoría de los trabajadores de las imprentas de la ciudad de Quetzaltenango indicaron contar con una motivación media, y que de acuerdo a las hipótesis que planteo, aprueba la hipótesis alternativa que indica que: la motivación de los trabajadores de las imprentas de la ciudad de Quetzaltenango tiene un efecto positivo en la productividad.

Esta tesis tiene una relación con la de nosotros, en la hipótesis aprobada ya que nosotros consideramos que la motivación tiene un impacto positivo en la productividad, lo cual puede comprobarse en su análisis e interpretación de resultados en las preguntas 1 y 2 que investigan si la empresa considera que con la motivación se genera un efecto positivo en la productividad, la mayoría de los gerentes o representantes de las imprentas de la ciudad de Quetzaltenango indicaron considerar que con la motivación de sus empleados genera un efecto positivo en la productividad, así mismo en cuanto a la necesidad de motivar más a sus empleados para incrementar la productividad, la mayoría de los gerentes o representantes indicaron considerar que necesitan motivar más a sus empleados.

(Corcino, 2018)

Realizó una tesis titulada “La motivación y la productividad de los colaboradores de la empresa Arcor S. A. Chancay, 2018” para obtener el título de licenciado en administración. El objetivo de esta tesis es: Determinar en qué medida la motivación se relaciona con la productividad de los colaboradores de la empresa Arcor S.A. Chancay, y sus objetivos específicos eran: Determinar en qué medida los factores higiénicos se relacionan con la productividad de los colaboradores de la empresa y determinar en qué medida los factores motivacionales se relacionan con la productividad de los colaboradores de la empresa.

Su hipótesis general fue: La motivación se relaciona con la productividad de los colaboradores de la empresa Arcor S.A. Chancay.

La población estuvo conformada por 279 colaboradores de la empresa Arcor S.A. La muestra estuvo conformada por 162 colaboradores.

Utilizando la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento para medir las variables. Los datos adquirieron en las encuestas se desarrollaron a través de la estadística haciendo el programa SPSS versión 23.

Utilizaron la Prueba de Rho de Spearman. Con un nivel de significancia $p = 0,000 < 0,05$ y una correlación positiva alta $r = 0,901$.

En esta tesis se llegó a la conclusión que la Motivación influye significativamente en la productividad de los colaboradores de la empresa Arcor S.A. Chancay, 2018, y es importante ya que los colaboradores son pilares

fundamentales para mejorar el desempeño y la productividad en la empresa, de ese modo comprueban y aceptan su hipótesis alterna.

Esta tesis tiene cierta relación con la nuestra, ya que consideramos que la motivación tiene una influencia en la productividad de los colaboradores, y que a través de ello esto impacta positivamente en la productividad empresarial.

2.3 MARCO TEÓRICO

2.3.1 DEFINICIÓN DE MOTIVACION

(Stephen P. Robbins & Timothy A., 2009)

En su libro comportamiento organizacional definen a la motivación como: los procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza un individuo para la consecución de un objetivo.

(Barrios, 2018)

Señala: La motivación laboral es entendida como la voluntad de ejercer altos niveles de esfuerzo hacia metas organizacionales, condicionadas por la satisfacción de alguna necesidad individual. Se entiende por necesidad un estado interno de la persona que hace que ciertas acciones resulten más atractivas.

2.3.2 TIPOS DE MOTIVACION

(Sanchez, 2013)

Señala: En general la motivación está constituida por todos los factores capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo. Se conocen tres tipos de motivación laboral:

- **Motivación extrínseca:**

En este tipo de motivación lo que motiva es el beneficio obtenido como resultado del desempeño de alguna actividad. Este tipo de motivación busca un resultado satisfactorio y evitar consecuencias desagradables.

- **Motivación intrínseca**

Parte de la satisfacción que produce la conducta o tarea al ser realizada. Este tipo de motivación, que nace del propio individuo se asienta sobre un aspecto subjetivo y otro objetivo. Este último aspecto objetivo puede mejorar para el ser humano cuando cuenta con las herramientas adecuadas, un entorno físico y humano favorable. También cuando percibe resultados.

- **Motivación trascendente**

Es la motivación obtenida por el beneficio o satisfacción que obtiene un tercero o porque este evita algo negativo para él. Este tipo de **motivación** engloba aquellos trabajos que se realizan voluntariamente. Es habitual hablar de este tipo de motivación en el entorno empresarial debido al protagonismo que actualmente tiene la proyección en la comunidad de una imagen íntegra y solidaria de las empresas.

2.3.3 TEORIAS SOBRE LA MOTIVACIÓN

2.3.3.1 TEORIAS ANTIGUAS

2.3.3.1.1 JERARQUÍA DE LAS NECESIDADES

Esta teoría fue creada por A. H. Maslow y es la más conocida de la motivación, esta teoría menciona que en todos los seres humanos existe una jerarquía de cinco necesidades que son (Stephen P. Robbins & Timothy A., 2009):

1. **Fisiológicas.** Incluyen hambre, sed, cobijo, sexo y otras necesidades corporales.
2. **Seguridad.** Están el cuidado y la protección contra los daños físicos y emocionales.
3. **Sociales.** Afecto, sentido de pertenencia, aceptación y amistad.
4. **Estima.** Quedan incluidos factores de estimación internos como el respeto de sí, la autonomía y el logro; y factores externos de estimación, como el status, el reconocimiento y la atención.
5. **Autorealización.** Impulso para convertirse en aquello que uno es capaz de ser: se incluyen el crecimiento, el desarrollo del potencial propio y la autorrealización.

Conforme se satisface lo bastante cada una de estas necesidades, la siguiente se vuelve dominante. El individuo sube los escalones de la jerarquía. Desde el punto de vista de la motivación, la teoría afirma que si bien ninguna necesidad se satisface por completo, aquella que se cubre en lo sustancial deja de motivar. Así que de acuerdo con Maslow, si usted desea motivar a alguien, necesita entender en qué nivel de la jerarquía se encuentra esa persona y centrarse en satisfacer las necesidades de ese nivel o las superiores.

Maslow clasificó las cinco necesidades en órdenes mayores y menores. Las fisiológicas y de seguridad las describió como necesidades de orden inferior, y las sociales, de estima y autorrealización como necesidades de orden superior. La diferencia entre los dos órdenes se basó en la premisa de que las superiores

se satisfacen en forma interna (dentro de la persona), mientras que las inferiores se satisfacen sobre todo en el exterior (con cosas como el salario, contratos sindicales y el hecho de tener definitividad).

2.3.3.1.2 LAS TEORÍAS X Y Y

En esta teoría fue creada por Douglas McGregor, en donde propuso que hay dos visiones diferentes de los seres humanos: uno negativo en esencia, llamado teoría X, y el otro básicamente positivo, denominado teoría Y. (Stephen P. Robbins & Timothy A., 2009):

Después de estudiar la manera en que los gerentes se relacionaban con los empleados, McGregor concluyó que los puntos de vista que aquéllos tenían de la naturaleza de los seres humanos se basaban en ciertas agrupaciones de suposiciones y tendían a moldear su comportamiento hacia los trabajadores de acuerdo con ellas.

Teoría X:

Los gerentes creen que a los empleados les disgusta de modo inherente el trabajo, por lo que deben ser dirigidos, incluso forzarlos, a realizarlo.

Teoría Y:

En contraste con estos puntos de vista negativos sobre la naturaleza de los seres humanos, con la teoría Y los gerentes suponen que los empleados llegan a considerar el trabajo algo tan natural como el descanso o el juego, por lo que la persona promedio aprenderá a aceptar, e incluso buscar, la responsabilidad.

Para entender las teorías X y Y más a fondo, piense en términos de la jerarquía de Maslow. La teoría Y plantea que las necesidades de orden superior dominan a los individuos. Incluso McGregor llegó a pensar que los supuestos de la teoría Y eran más válidos que los de la X. Por tanto, propuso ideas como la toma de decisiones participativa, trabajos responsables que plantearan retos y buenas relaciones grupales, como enfoques que maximizarían la motivación de un empleado en su trabajo. Desafortunadamente no existe ninguna evidencia que confirme la validez de alguno de los conjuntos de suposiciones, o que al aceptar las de la teoría Y, y modificar las acciones propias en concordancia se logrará que haya trabajadores más motivados.

Las teorías del CO necesitan tener bases empíricas para ser aceptadas. Igual que con las teorías de jerarquía de necesidades, las teorías X y Y carecen de dicho apoyo empírico.

2.3.3.1.3 TEORIA DE LOS DOS FACTORES

(Stephen P. Robbins & Timothy A., 2009)

Menciona: La teoría de los dos factores también llamada teoría de motivación e higiene fue propuesta por el psicólogo Frederik Herzberg:

Con la premisa de que la relación de un individuo con el trabajo es fundamental y que la actitud de alguien hacia el suyo puede muy bien determinar el éxito o el fracaso, Herzberg investigó la pregunta siguiente: “¿Qué espera la gente de su trabajo?” Pidió a las personas que describieran en detalle situaciones en las que se sintieran excepcionalmente bien o mal con respecto de sus trabajos. Después tabuló y clasificó las respuestas.

A partir de la clasificación de las respuestas, Herzberg concluyó:

Que los comportamientos que mostraban los individuos cuando se sentían bien en su trabajo variaban de manera significativa de aquellos que tenían cuando se sentían mal. Ciertas características tienden a relacionarse de manera consistente con la satisfacción en el trabajo y otras con la insatisfacción. Factores intrínsecos como el avance, el reconocimiento, la responsabilidad y el logro parecen relacionarse con la satisfacción en el empleo. Quienes respondieron que se sentían bien en su trabajo mostraron tendencia a atribuir dichos factores a sí mismos. Sin embargo, los que dijeron estar insatisfechos tendían a citar factores exteriores, como la supervisión, la política salarial de la compañía y las condiciones de trabajo.

Los datos sugieren, afirmaba Herzberg, que lo opuesto a la satisfacción no es la insatisfacción, como se solía pensar. Al eliminar las características insatisfactorias de un trabajo, éste no se vuelve necesariamente satisfactorio. Herzberg propuso que sus descubrimientos indicaban la existencia de un continuo dual: lo opuesto de “satisfacción” es “falta de satisfacción” y lo contrario de “insatisfacción” es “ausencia de insatisfacción”.

De acuerdo con Herzberg, los factores que llevan a la satisfacción en el trabajo son diferentes de los que generan la insatisfacción en éste. Por tanto, los gerentes que quieran eliminar los factores que producen la insatisfacción tal vez obtengan paz, pero no necesariamente motivación. Apaciguan a su fuerza laboral pero no la motivan.

Como resultado, las condiciones que rodean un trabajo, como la calidad de la supervisión, el salario, las políticas de pago de la empresa, las condiciones físicas del trabajo, las relaciones con los demás y la seguridad en el trabajo fueron caracterizadas por Herzberg como factores de higiene. Cuando son adecuadas, la gente no estará insatisfecha ni tampoco satisfecha. Si queremos motivar a las personas en su trabajo, Herzberg sugiere hacer énfasis en los factores asociados con el trabajo en sí o con los resultados que se derivan directamente de éste, como las oportunidades de ascender, la posibilidad de desarrollo personal, el reconocimiento, la responsabilidad y el logro. Éstas son las características que los individuos encuentran como compensadoras por naturaleza.

2.3.3.1.4 TEORÍA DE LAS NECESIDADES DE MCCLELLAND

(Stephen P. Robbins & Timothy A., 2009) Menciona: La teoría de las necesidades de McClelland fue desarrollada por David McClelland y sus asociados. Se centra en tres necesidades: logro, poder y afiliación, que se definen como sigue:

- **Necesidad de logro (nLog):** Impulso por sobresalir, por obtener un logro en relación con un conjunto de estándares, de luchar por el triunfo.

- **Necesidad de poder (nPod):** Es la necesidad de hacer que otros se comporten de una manera que no lo hubieran hecho por sí mismos.

- **Necesidad de afiliación (nAfi):** Deseo de tener relaciones interpersonales amistosas y cercanas.

De las tres necesidades, McClellan e investigadores posteriores centraron su atención en la nLog. Los realizadores se desenvuelven mejor cuando perciben que la probabilidad de éxito es de 0.5, es decir, cuando estiman que la posibilidad de triunfar es de 50–50. No les gusta participar en situaciones muy desfavorables porque no los satisface el éxito por casualidad. De manera similar, no les agradan aquellas muy favorables (probabilidad alta de triunfar) porque entonces no encuentran un reto para sus habilidades. Les gusta fijar metas que les exijan esforzarse un poco.

2.3.3.2 TEORÍAS CONTEMPORÁNEAS DE LA MOTIVACIÓN

(Stephen P. Robbins & Timothy A., 2009) Señala: Existe cierto número de teorías contemporáneas que tienen algo en común: un grado razonable de apoyo válido documentado. Por supuesto, esto no significa que las teorías que vamos a mencionar sean correctas de manera incuestionable. Las llamamos “teorías con temporáneas” no porque se hayan desarrollado hace poco tiempo, sino porque representan el pensamiento actual que trata de explicar la motivación de los empleados:

2.3.3.2.1 TEORÍA DE LA EVALUACIÓN COGNITIVA

(Stephen P. Robbins & Timothy A., 2009) Señala:

Hay una explicación para la reacción de Marcia. Se denomina teoría de la evaluación cognitiva, y propone que la introducción de premios extrínsecos, como un salario, por hacer un trabajo que antes tenía recompensas intrínsecas por el placer asociado con el contenido de la labor en sí, tiende a disminuir la motivación general.

Las implicaciones principales de esta teoría se relacionan con la forma en que se paga a las personas en las empresas. Históricamente, los teóricos de la motivación suponen por lo general que los motivadores intrínsecos como un trabajo interesante, eran independientes de los extrínsecos como un salario elevado. La teoría de la evaluación cognitiva sugiere algo diferente. Plantea que cuando las recompensas extrínsecas son utilizadas como pagos por las empresas a fin de obtener un desempeño mejor, disminuyen las recompensas intrínsecas, que surgen porque a los individuos les gusta su trabajo. En otras palabras, cuando se proporcionan recompensas extrínsecas a alguien para que lleve a cabo una tarea interesante, se ocasiona una reducción en el interés intrínseco por la tarea en sí.

2.3.3.2.2 TEORÍA DEL ESTABLECIMIENTO DE METAS

(Stephen P. Robbins & Timothy A., 2009) Mencionan:

A finales de la década de 1960, Edwin Locke propuso que las intenciones de trabajar por una meta eran una fuente importante de la motivación para el trabajo. Es decir, las metas dicen al empleado lo que debe hacerse y cuánto esfuerzo necesita dedicar.

Afirma que las metas específicas incrementan el desempeño; que las metas difíciles, cuando se aceptan, dan como resultado un desempeño más alto que las metas fáciles; y que la retroalimentación genera un desempeño mejor que la ausencia de ella.

Si factores como la aceptación de las metas permanecen constantes, también se puede afirmar que entre más difícil sea la meta más elevado será el nivel de desempeño. Por supuesto, es lógico suponer que entre más fáciles sean, más probable será que se acepten.

Las personas lo hacen mejor cuando reciben retroalimentación sobre lo bien que se dirigen a sus metas porque esto las ayuda a identificar las discrepancias entre lo que han hecho y lo que quisieran hacer; es decir, la retroalimentación actúa para guiar el comportamiento. Pero no toda retroalimentación tiene el mismo poder. Se ha visto que la retroalimentación autogenerada con la que los empleados son capaces de vigilar su propio progreso es un motivador más poderoso que la retroalimentación que se genera externamente.

La teoría del establecimiento de metas presupone que un individuo está comprometido con la meta; es decir, el que un individuo esté determinado a no reducirla o abandonarla. En lo que toca al comportamiento, esto significa que un individuo piensa que puede lograr la meta y que quiere alcanzarla. Es más probable que el compromiso con la meta ocurra cuando ésta se hace pública, cuando el individuo tiene un locus interno de control y cuando las metas las estableció el propio individuo en vez de que hayan sido asignadas por otro.

2.3.3.2.3 TEORÍA DE LA EFICACIA PERSONAL

Según (Stephen P. Robbins & Timothy A., 2009):

La eficacia personal (también conocida como “teoría cognitiva social” o “teoría del aprendizaje social”) se refiere a la convicción que tiene un individuo de que es capaz de llevar a cabo una tarea. Entre mayor sea la eficacia personal, más


confianza se tiene en la propia capacidad para tener éxito en una tarea. Por tanto, en las situaciones difíciles cabe la posibilidad de que las personas con baja eficacia personal disminuyan su esfuerzo o se rindan, mientras que aquellas con mucha eficacia personal tratarán con más ahínco de vencer al desafío.


Esta teoría fue desarrollada por el investigador Albert Bandura, en donde afirma que hay cuatro maneras de aumentar ésta:

- 1. Dominio de aprobación:** consiste en obtener experiencia relevante en la tarea o trabajo. Si en el pasado he sido capaz de realizar con éxito el trabajo, entonces tengo más confianza en que lo podré hacer en el futuro.
- 2. Modelado indirecto:** Consiste en tener más confianza debido a que se observa a alguien hacer la tarea. Por ejemplo, si mi amiga baja de peso, entonces eso aumenta mi confianza en que yo también bajaré.
- 3. Persuasión verbal:** Se refiere a lograr más confianza debido a que alguien lo convence de que tienen las aptitudes necesarias para triunfar. Los oradores motivacionales utilizan mucho esta táctica.
- 4. Sacudida:** La sacudida incrementa la eficacia personal. La sacudida lleva a un estado de energía que hace que la persona realice la tarea. La persona se “mentaliza” y lo hace mejor. Pero cuando la sacudida no es relevante, entonces perjudica al desempeño. En otras palabras, si la tarea es algo que requiera una ambiente tranquilo y sin presiones (digamos, la edición cuidadosa de un manuscrito), la sacudida en realidad perjudicará al rendimiento.

Así mismo afirma:

La mejor forma en que un gerente puede usar la persuasión verbal es a través del Efecto Pigmalión o del Efecto Galatea.

 **El efecto Pigmalión:** Es una forma de profecía autocumplida, por la que si se cree que algo es verdad se convertirá en verdad. En dicho efecto la eficacia personal aumenta al comunicar al profesor o supervisor de un individuo que éste tiene mucha habilidad.

 **Efecto Galatea:** Ocurre cuando las expectativas de alto rendimiento se comunican directamente al empleado.

2.3.3.2.4 TEORÍA DEL REFORZAMIENTO

(Stephen P. Robbins & Timothy A., 2009)

Afirman que esta teoría es la contraparte a la teoría del establecimiento de metas. En esta teoría se tiene un enfoque conductista que sostiene que el reforzamiento condiciona la conducta.

La teoría del reforzamiento plantea que el reforzamiento condiciona al comportamiento, es decir, se trata de un enfoque conductista. Los teóricos del reforzamiento ven al comportamiento como algo causado por el entorno. Afirman que no se necesita considerar los eventos cognitivos internos; lo que controla al comportamiento son los reforzadores cualquier consecuencia que siga de inmediato a una respuesta, incrementa la probabilidad de que el comportamiento se repita.

La teoría del reforzamiento ignora el estado interior del individuo y sólo se concentra en lo que pasa a la persona cuando ejecuta cierta acción. Como no considera aquello que desencadena el comportamiento, no se trata, en estricto sentido, de una teoría de la motivación.

Planteada en su forma pura, la teoría del reforzamiento ignora los sentimientos, actitudes, expectativas y otras variables cognitivas que se sabe tienen algún efecto en el comportamiento.

El reforzamiento es sin duda una influencia importante para el comportamiento, pero pocos académicos afirmarían que es la única. Los comportamientos que usted tiene en su trabajo y la cantidad de esfuerzo que dedica a cada tarea se ven afectados por las consecuencias que les siguen.

2.3.3.2.5 TEORÍA DE LA EQUIDAD

(Stephen P. Robbins & Timothy A., 2009) En su libro comportamiento organizacional menciona:

Los empleados comparan lo que aportan a sus empleos (por ejemplo, esfuerzo, experiencia, educación y competencia) con lo que obtienen de ellos (salario, aumentos y reconocimiento) en relación con los de otras personas. Percibimos lo que obtenemos de un trabajo (resultados) en relación con lo que aportamos (insumos), y después comparamos nuestra razón insumo–producto con la de otros que nos importan. Si percibimos que nuestra razón es igual a la de aquellos con quienes nos comparamos y que vemos como relevantes, se dice que existe un estado de equidad. Percibimos nuestra situación como justa: prevalece la justicia.

Cuando vemos la razón como desigual, experimentamos estrés por la equidad. Si percibimos que nuestra compensación es inferior, el estrés produce enojo; cuando es superior, genera culpa. J. Stacy Adams propuso que dicho estado negativo de estrés proporciona la motivación para hacer algo que lo corrija.

Hay 4 comparaciones que tomar en cuenta:

- **Yo interior:** Experiencias del empleado en un puesto diferente dentro de su organización actual.
- **Yo exterior:** Experiencias del empleado en una situación o puesto fuera de su organización actual.
- **Otro interior:** Otro individuo o grupo de ellos dentro de la organización del empleado.
- **Otro exterior:** Otro individuo o grupo de ellos fuera de la organización del empleado

Los empleados se comparan con amigos, vecinos, compañeros de trabajo o colegas de otras organizaciones, o comparan su empleo actual con otros que hayan tenido en el pasado. La elección de la referencia se verá influida por la información que posea el trabajador acerca del referente, así como por el atractivo de éste.

De acuerdo a la teoría de J. Stacy Adams (Stephen P. Robbins & Timothy A., 2009) señala:

Que se puede predecir que cuando los empleados perciban desigualdad harán una de las seis elecciones siguientes:

- Cambiar sus aportes (por ejemplo, no esforzarse demasiado).
- Cambiar sus resultados (un ejemplo sería que aquellos a quienes se paga por pieza incrementen su salario con la producción de una cantidad mayor de unidades de menor calidad).
- Distorsionar las percepciones de sí mismo (“Pensaba que trabajaba a un ritmo moderado, pero ahora me doy cuenta de que trabajo más duro que nadie”).
- Distorsionar las percepciones de los demás (“El trabajo de Mike no es tan bueno como yo pensaba”).
- Elegir una referencia distinta (“No hago tanto como mi cuñado, pero sí mucho más que mi papá cuando tenía mi edad”).
- Abandonar (renunciar al empleo)

En esta teoría, se menciona que el salario juega un papel muy importante debido a que el desempeño va a depender de la percepción de los trabajadores con respecto a su pago, si piensan que su pago o remuneración es justo, estos tendrán un buen desempeño:

- ✚ Dado el pago por tiempo, los empleados con pago superior producirán más que aquellos a quienes se paga en forma equitativa.
- ✚ Dado el pago por cantidad producida, los empleados con pago superior producirán menos unidades, pero con mayor calidad, que los empleados pagados con equidad.
- ✚ Dado el pago por tiempo, los empleados con pago inferior producirán menos o con menor calidad.
- ✚ Dado el pago por cantidad de producción, los empleados con pago inferior producirán gran número de unidades de baja calidad, en comparación con los trabajadores cuya paga es equitativa.

2.3.3.2.6 TEORIA DE EXPECTATIVAS

(Stephen P. Robbins & Timothy A., 2009)

Menciona que en la actualidad una de las explicaciones más aceptadas de la motivación es la teoría de las expectativas, de Víctor Vroom.

Esta teoría afirma que la fuerza para que una tendencia actúe de cierta manera depende de la intensidad con que se espera que el acto vaya seguido de un resultado dado y de lo atractivo que resulte éste para el individuo.

En términos más prácticos, esta teoría plantea que a los empleados los motivará desarrollar cierto nivel de esfuerzo cuando crean que eso los llevará a obtener una buena evaluación de su desempeño; que ésta conducirá a premios

organizacionales como un bono, aumento de salario o ascenso; y que los premios satisfarán las metas personales de los empleados.

La teoría se centra en tres relaciones:

- 1. Relación esfuerzo–desempeño:** La probabilidad que percibe el individuo de que desarrollar cierta cantidad de esfuerzo conducirá al desempeño.
- 2. Relación desempeño–recompensa.** Grado en que el individuo cree que el desempeño a un nivel particular llevará a la obtención del resultado que se desea.
- 3. Relación recompensas–metas personales.** Grado en que las recompensas organizacionales satisfacen las metas o necesidades personales de alguien, y el atractivo que tienen dichas recompensas potenciales para el individuo.

Esta teoría ayuda a explicar por qué muchos trabajadores no están motivados por sus trabajos y sólo hacen lo mínimo necesario para conservarlo. Esto es evidente cuando se ven con más detalles las tres relaciones que aparecen en la teoría.

Preguntas que los empleados necesitan responder en forma afirmativa si su motivación ha de maximizarse.

- En primer lugar, si doy mi máximo esfuerzo, ¿se reconocerá en mi evaluación de desempeño?

- En segundo lugar, si obtengo una evaluación de desempeño buena, ¿llevará a la obtención de recompensas organizacional?
- Por último, si me dan recompensas, ¿son las que me resultan atractivas en lo personal?

2.3.4 EL CICLO MOTIVACIONAL

(Danahe, 2016) Expresa:

Se enfoca la motivación como un proceso para satisfacer necesidades, surge lo que se denomina el ciclo motivacional, cuyas etapas son las siguientes:

1.- Homeostasis. Es decir, en cierto momento el organismo humano permanece en estado de equilibrio.

2.- Estímulo. Cuando aparece un estímulo y genera una necesidad.

3.- Necesidad. Esta necesidad (insatisfecha aún), provoca un estado de tensión.

4.-Estado de tensión. La tensión produce un impulso que da lugar a un comportamiento.

5.- Comportamiento. El comportamiento, al activarse, se dirige a satisfacer dicha necesidad. Alcanza el objetivo satisfactoriamente.

6.- Satisfacción. Si se satisface la necesidad, el organismo retorna a su estado de equilibrio, hasta que otro estímulo se presente. Toda satisfacción es básicamente una liberación de tensión que permite el retorno al equilibrio homeostático anterior.

2.3.5 FACTORES QUE INFLUYEN EN LA MOTIVACION

(Sanchez, 2013)

Señala: Son muchas las cuestiones que pueden influir en la motivación de los trabajadores de la empresa. Por ello, es imprescindible para las organizaciones que conozcan cuáles son estos aspectos para intentar mejorarlos en la medida de lo posible:

- **Puesto de trabajo:** Ofrecer a un trabajador un puesto de trabajo en el que se encuentre cómodo y, además, la posibilidad de aumentar sus conocimientos y desarrollo profesional dentro de la empresa, es fundamental para que un trabajador se encuentre motivado de forma continua.
- **Autonomía y participación:** Ofrecer responsabilidades y permitirle la participación y la aportación de ideas para la mejora de los diferentes aspectos de la empresa, hará que el trabajador se sienta importante en sus labores.
- **Ambiente de trabajo:** Crear un clima laboral con buenas relaciones entre los diferentes componentes de la organización aumenta la satisfacción y la comodidad de los empleados en sus puestos de trabajo. También ayuda a interiorizar los valores de la empresa y que los trabajadores se identifiquen con ellos.
- **Condiciones laborales:** el salario de los trabajadores, las jornadas, primas por objetivos, los horarios flexibles, la conciliación laboral y todas las condiciones que se incluyan en el contrato de trabajo hacen que el trabajador esté más satisfecho con su puesto de trabajo y, por consiguiente, en su vida personal.

2.3.6 IMPORTANCIA DE LA MOTIVACIÓN EN LAS EMPRESAS

(Espitia, 2016)

Señala: El factor del talento humano es la mayor fortaleza de toda organización debido a que es la base y fundamento de las empresas. Es por esta razón que las organizaciones enfocan sus esfuerzos en mantener motivadas a las personas que trabajan en ellas, manteniendo el compromiso, empoderamiento y sentido de pertenencia con respecto a la organización.

Se dice que una persona motivada es aquella que está dispuesta a hacer un sacrificio; un esfuerzo extraordinario en el cumplimiento de unas tareas, obteniendo una satisfacción o recompensa que cubra algún tipo de necesidad individual. Por lo tanto, la motivación ayuda a hacer bien el trabajo. Los beneficios que trae consigo la satisfacción laboral se ven reflejadas en todo lo que rodea al trabajador.

Una gestión del talento humano eficiente que desarrolle estrategias de motivación efectivas, teniendo en cuenta las necesidades de sus trabajadores acorde a las particularidades de los equipos de trabajo en las empresas, logra, además de generar esfuerzos extras en sus colaboradores, propiciar sentido de pertenencia de estos para con sus empresas. Esto impacta positivamente en el mejoramiento del clima organizacional y redundante en la creación de una cultura empresarial sana que facilita el relacionamiento entre los trabajadores, los directivos y sus empresas.

Una cultura organizacional efectiva como la descrita anteriormente supone un mejoramiento en los indicadores de productividad del talento humano organizacional, lo que a su vez impacta positivamente en los indicadores de eficiencia en las empresas

Asegura que una buena motivación genera un efecto dominó en los procesos y los indicadores de rendimiento organizacionales que posibilitan la emergencia de factores positivos en el valor de la empresa.

2.3.7 DEFINICION DE PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL

(Organización Internacional del Trabajo, 2016) En su manual de capacitación en gestión, define a la productividad como: el uso eficaz de la innovación y los recursos para aumentar el agregado añadido de productos y servicios. La productividad es una medida del grado en el que se ponen a buen uso sus recursos, incluyendo su recurso humano.

2.3.7.1 FACTORES DE LA PRODUCTIVIDAD

(Organización Internacional del Trabajo, 2016)

Menciona: Los factores de la productividad on aquellos factores que afectan positiva o negativamente lo siguiente:

- Los insumos de entrada (materiales, salarios, electricidad, etc.) necesarios para obtener una cierta cantidad de producción (la cantidad de productos o servicios producidos y vendidos).

- El volumen de producción (la cantidad de productos que se debe producir y vender a determinados precios con el fin de lograr objetivos de ventas específicos).

Los factores de la productividad se pueden dividir en internos y externos:

- **Los factores internos de la productividad** son aquellos sobre los que tiene control el propietario de la empresa. Estos pueden incluir problemas con la mercadería, la calidad del producto, el precio, los equipos, las materias primas, el uso de la energía, las competencias y la motivación de los trabajadores, el almacenamiento, la organización, etc.
- **Los factores externos de la productividad** son aquellos que están fuera del control de la empresa. Incluyen el acceso a la infraestructura, el clima, la situación del mercado, los impuestos, etc. No se puede hacer nada sobre estos factores, siempre y cuando el negocio siga funcionando en su configuración actual. Si éstos tienen un grave efecto negativo, el propietario de la empresa puede considerar reubicarse o cambiar la naturaleza del negocio.
Tanto los factores internos como los factores externos afectan la productividad, pero prestar primordial atención a los factores internos de la productividad puede mejorar la productividad mucho más rápidamente.

2.4 MARCO CONCEPTUAL

Ambiente laboral: Hacemos referencia a las relaciones que hay entre los trabajadores y los jefes y todas las cuestiones que influyen en este entorno.

Ausentismo laboral: Es toda aquella ausencia o abandono del puesto de trabajo y de los deberes anexos al mismo, incumpliendo las condiciones estables en el contrato de trabajo.

Bing data: Consiste en un proceso que analiza e interpreta grandes volúmenes de datos, tanto estructurados como no estructurados.

Capital humano: Se refiere al valor económico o de producción procedentes de la formación y experiencia de los trabajadores.

Desmotivación: Es la falta de esas razones para guiar nuestro comportamiento, es la pérdida del entusiasmo, la disposición y la energía para llevar a cabo determinadas actividades.

Directivos: Es el profesional que “asume la responsabilidad de facilitar que el conjunto de personas que forman la empresa alcance de forma satisfactoria los objetivos establecidos”

Empresa: Son signos que utiliza el auditor para señalar el tipo de procedimiento que está aplicando.

Fuga de talento: Supone para las empresas una pérdida económica de hasta un 20% del salario anual del trabajador fugado.

Incentivos: Premio o gratificación económica que se le ofrece o entrega a una persona para que trabaje más o consiga un mejor resultado en determinada acción o actividad.

Líder: Es aquella persona que, con formación en liderazgo de proyectos o no, gestionando un equipo o grupo de personas determinado, es capaz de influir,

motivar y hacer que todos los integrantes del equipo trabajen con entusiasmo enfocados cada día en la consecución de logros, metas y objetivos.

Lineamientos: Describen las etapas, fases, pautas y formatos necesarios para desarrollar actividades o tareas específicas.

Pautas: Es una norma que nos indica cómo debemos hacer algo para que sea visto como correcto y adecuado y así evitar el desorden o la desarmonía.

Peculiaridades: Característica propia de una persona o cosa, por la cual se distingue de otras.

Personal: Del latín personālis, personal es un adjetivo que hace referencia a lo perteneciente o relativo a la persona. El término suele utilizarse para nombrar a lo propio o particular de ella. Se conoce como personal al conjunto de las personas que trabajan en un mismo organismo, empresa o entidad.

Productividad: Es un indicador de la eficiencia del sistema productivo que tiene en cuenta el tiempo como factor fundamental para su cálculo. La producción consiste en un proceso en donde los factores de producción son empleados para la fabricación de bienes y servicios.

Retención de talento: Es una estrategia que engloba un conjunto de premisas por las cuales la empresa trata de conservar a personas que demuestran calidad en su trabajo, buen desempeño y actitud.

Subordinado: Es un profesional dependiente de otros individuos o rangos superiores en una organización. Debe realizar su labor atendiendo a la gestión y dirección de los mismos.

Talento humano: Es aquella fuerza humana o aquellos colaboradores que positivamente en el rendimiento empresarial y en la productividad de cualquier organización.

Tendencias: Propensión o inclinación en las personas y en las cosas hacia determinados fines.

Trabajo monótono: La monotonía laboral puede darse por la repetición de secuencias muy cortas y repetitivas de trabajo y repercutir en los factores de riesgo en el trabajo.

Vinculo: Es definido como la unión o la relación que se establece entre dos personas y se da de forma física o simbólica.

CAPÍTULO III

3. DISEÑO METODOLÓGICO

(Ponce & Jiménez, 2015) argumentan:

Para diseñar una investigación es importante especificar las características del diseño metodológico (tradicionalmente se conoce como la sección de material y métodos o metodología de un proyecto de investigación). El diseño metodológico le dará identidad propia, única y muy particular a la investigación que se desea realizar y ayudará al lector a comprender adecuadamente en qué consistirá la investigación.

El diseño metodológico es la descripción detallada y precisa de las estrategias y procedimientos de cómo se va a realizar la investigación. Los elementos que deben incluirse en el diseño metodológico deben estar relacionados de forma lógica, congruente, presentados y ordenados de manera coherente y sencilla. (p. 1).

(Peña, 2009) señala que: El Diseño metodológico, es una relación clara y concisa de cada una de las etapas de la intervención. El diseño metodológico es la descripción de cómo se va a realizar la propuesta de intervención.

El diseño metodológico son los pasos a seguir para generar una información que mi proyecto de investigación requiere, a la luz de una temática y unos objetivos que se problematizan.

Un diseño metodológico es la forma particular de cómo cada interventor/a organiza su propuesta de intervención. Lo metodológico debe estar soportado por la postura epistemológica, conceptual y ontológica del interventor/a; es decir, cada diseño metodológico ha de responder con coherencia interna a la concepción de ser humano, a la concepción de educación y a los principios pedagógicos que orientan a cada interventor/a en su quehacer. Por lo tanto, la estrategia de intervención depende del tipo de estudio que se elija (el enfoque), ya que éste determina el diseño, el proceso propuesto a la comunidad, la información generada, la forma como se trabajará con la comunidad y el lugar del profesional interventor. (p.1)

3.1 FORMAS DE INVESTIGACIÓN

La investigación sobre “La motivación del personal y su impacto en la productividad empresarial en Coppel Frontera Comalapa, Chiapas”, es aplicada debido a que la investigación se llevará a la práctica con nuestra muestra que son los colaboradores de Coppel Frontera Comalapa por medio de encuestas para poder comprobar la hipótesis planteada.

3.1.1 INVESTIGACION PURA

(Tamayo, 1999) menciona:

Recibe también el nombre de pura y fundamental, tiene como fin la búsqueda del progreso científico, mediante el acrecentamiento de los conocimientos teóricos, sin interesarse directamente en sus posibles aplicaciones o consecuencias prácticas; es de orden formal y busca las generalizaciones con vista al desarrollo de una teoría basada en principios y leyes (p.129).

3.1.2 INVESTIGACIÓN APLICADA

(Bunge, 1969) afirma:

La investigación aplicada busca o perfecciona recursos de aplicación del conocimiento ya obtenido mediante la investigación pura, y, por tanto, no busca la verdad, como la investigación pura, sino la utilidad. En otras palabras, se trata aquí de investigar las maneras en que el saber científico producido por la investigación pura puede implementarse o aplicarse en la realidad para obtener un resultado práctico (p.683).

3.2 TIPOS DE ESTUDIO

(Cazau, 2006) señala:

La investigación es un proceso por el cual se enfrentan y se resuelven problemas en forma planificada, y con una determinada finalidad.

Esta investigación es de tipo descriptiva; es descriptiva porque a exponer la importancia de mantener motivado al personal de la empresa y cuál es el impacto o beneficios que genera para esta. Así mismo vamos a conocer que tan motivado está el personal y cómo impacta en su desempeño laboral.

3.2.1 ESTUDIO CORRELACIONAL

Cortés e Iglesias (2004) mencionan:

Los estudios correlacionales tienen como propósito evaluar la relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables. La utilidad principal de los estudios correlacionales cuantitativos es saber cómo se puede comportar un concepto o una variable conociendo el comportamiento de otras variables relacionadas.

3.2.2 ESTUDIO DESCRIPTIVO

Cortés e Iglesias (2004) señalan:

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Describen situaciones, eventos o hechos, recolectando datos sobre una serie de cuestiones y se efectúan mediciones sobre ellas, buscan especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice.

3.2.3 ESTUDIO EXPLICATIVO

Sampieri, Fernández y Baptista (2006) reafirman: Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o porque se relacionan dos o más variables.

3.2.4 ESTUDIO EXPLORATORIO

Sampieri, Fernández y Baptista (2006) explican: Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan solo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El presente tema “La motivación del personal y su impacto en la productividad en Coppel Frontera Comalapa”, es una investigación de tipo no experimental, específicamente de corte transversal, ya que solo se estudiara el fenómeno en una sola ocasión sin modificar conductas, no se construirá ninguna situación, sino que se observan la situación ya existente, tal cual en su contexto natural.

3.3.1 INVESTIGACIÓN EXPERIMENTAL

Malagar, (2008) Considera:

En este método los tratamientos de la variable independiente han sido manipulados por el investigador-X- por lo que se tiene el mayor control y evidencia de la causa y efecto. (p. 149).

Sampieri (2006) señala: En los experimentos se diseñan pruebas en las cuales se inducen cambios es decir se manipulan las variables que intervienen en un proceso o sistema deliberadamente (supuestas causas), de manera que sea posible observar, identificar y analizar las causas en la respuesta obtenida. En un experimento, el investigador construye deliberadamente una situación a la que son expuestos varios individuos. Esta situación consiste en recibir un tratamiento, condición o estímulo bajo determinadas circunstancias, para después analizar los efectos de la exposición o aplicación de dicho tratamiento o condición. Por decirlo de alguna manera, en un experimento se ‘construye’ una realidad.

3.3.2 INVESTIGACIÓN NO EXPERIMENTAL

Malagar, (2008) refiere:

En este método, existe un grupo de sujetos a los cuales se realiza una prueba-O- de medición de la variable dependiente, pero los tratamientos de la variable independiente-X- no fueron manipulados o controlados por el investigador. También se denomina investigación ex - post - facto. (p.149).

Sampieri (2006) indica: La investigación no experimental es la que no manipula deliberadamente las variables a estudiar. Lo que hace este tipo de investigación es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto actual, para después

analizarlo. En un estudio no experimental no se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes.

3.3.2.1 INVESTIGACIÓN TRANSVERSAL

(Sampieri, 2010),

menciona: Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede. (p.151)

3.3.2.2 INVESTIGACIÓN LONGITUDINAL

(Sampieri, 2010),

señala que: Son estudios que recaban datos en diferentes puntos del tiempo, para realizar inferencias acerca de la evolución, sus causas y sus efectos. (p.158)

3.4 ENFOQUES

Para realizar una investigación, es necesario la escogencia del enfoque de investigación, es decir, la definición de la naturaleza del estudio a realizar, no

escapa de este principio, el cual resulta fundamental para la comprensión del proceso investigativo y, por tanto, una de las claves para aprender a investigar. Esta investigación es de enfoque mixto debido a que se combinará el enfoque cualitativo con el cuantitativo.

3.4.1 ENFOQUE CUALITATIVO

(Patton 1980,1990), menciona que:

Los datos cualitativos como descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones. Por lo expresado en los párrafos anteriores, el investigador cualitativo utiliza técnicas para recolectar datos como la observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, discusión en grupo, evaluación de experiencias personales, registro de historias de vida, interacción e introspección con grupos o comunidades. (P. 326)

A su vez Fernández y Pertegás (2004), reafirman que:

La investigación cualitativa evita la cuantificación. Los investigadores cualitativos hacen registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas. La diferencia fundamental entre ambas metodologías es que la cuantitativa estudia la asociación o relación entre variables cuantificadas y la cualitativa lo hace en contextos estructurales y situacionales. La investigación cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su sistema de relaciones, su estructura dinámica.

3.4.2 ENFOQUE CUANTITATIVO

(Sampieri 2006), menciona que:

Cuando hablamos de una investigación cuantitativa damos por aludido al ámbito estadístico, es en esto en lo que se fundamenta dicho enfoque, en analizar una realidad objetiva a partir de mediciones numéricas y análisis estadísticos para determinar predicciones o patrones de comportamiento del fenómeno o problema planteado. Este enfoque utiliza la recolección de datos para comprobar hipótesis, que es importante señalar, se han planteado con antelación al proceso metodológico; con un enfoque cuantitativo se plantea un problema y preguntas concretas de lo cual se derivan las hipótesis.(p.326)

3.4.3 ENFOQUE MIXTO

(Sampieri s/f), menciona:

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio.

(Cortés e Iglesias, 2004), afirman que:

La investigación es mixta porque se utilizará tanto el enfoque cualitativo como el cuantitativo, en el cualitativo se observará las reacciones de la gente a la hora de responder la encuesta; es cuantitativo porque realizaremos encuestas para cuantificar el problema.

En un enfoque mixto el investigador utiliza las técnicas de cada uno por separado, se hacen observaciones, entrevistas, se realizan encuestas para saber las opiniones de cada cual sobre el tema en cuestión, se trazan lineamientos sobre las políticas a seguir según las personas que intervengan, además esas encuestas pueden ser valoradas en escalas medibles y se hacen valoraciones numéricas de las mismas, se obtienen rangos de valores de las respuestas, se observan las tendencias obtenidas, las frecuencias, se hacen histogramas, se formulan hipótesis que se corroboran posteriormente. (p.11)

3.5 UNIVERSO O POBLACIÓN

La población de estudio es la empresa Coppel que se localiza en Frontera Comalapa, Chiapas.

Coppel SA de CV es considerada una tienda departamental muy demandada, el interés que tenemos como profesionistas para abordar este problema en esta empresa es conocer sus estrategias para motivar al personal, y el impacto que es esto tiene en la productividad.

(Leon, 2007) Menciona:

La población de una investigación está compuesta por todos los elementos (personas, objetos, organismos, historias clínicas) que participan del fenómeno

que fue definido y delimitado en el análisis del problema de investigación. La población tiene la característica de ser estudiada medida y cuantificada. (p.2)

(Selltiz, 1980), recalca:

Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. (p.238).

3.5.1 DELIMITACIÓN ESPACIAL

Frontera, es un adjetivo refiriéndose al límite que hace con la República de Guatemala y el término Comalapa proviene de la voz náhuatl: Comalapan, "en el agua de los comales", que deriva de las voces: Comalli, comal; Atl, agua; y Pan, adverbio de lugar. Pero también se considera que su nombre se debe al recuerdo de la extinta San Juan Comalapa, y está sobre el paraje Cushú, que se encontraba cerca de Tecpan, Guatemala; es decir en la frontera. El Municipio de Frontera Comalapa es uno de los 122 municipios que conforman el estado mexicano de Chiapas. Se encuentra ubicado en la zona fronteriza del estado. Su cabecera, la localidad de Frontera Comalapa, recientemente fue catalogada como "ciudad". Se localiza en los límites de la Sierra Madre de Chiapas y la depresión central.

Frontera Comalapa se encuentra ubicado en la zona fronteriza del Estado de Chiapas, limita al norte con el municipio de La Trinitaria, al oeste con el municipio de Chicomuselo, al sur con los municipios de Amatenango de la Frontera y Bella Vista, al este limita con Guatemala, en particular con el Departamento de Huehuetenango. Tiene una extensión territorial del 717.90 km² que representan el 5.62% de la superficie de la región Fronteriza y el 0.94% a nivel estatal.

Se encuentra ubicado en la transición entre la Sierra Madre de Chiapas y la Depresión Central de Chiapas, por lo que su relieve es diverso, siendo montañoso al sur y desciende en medida que se avanza hacia el norte. El municipio tiene una población de 57,580 habitantes según los resultados del Censo de Población y Vivienda de 2005 realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, de ese total, 27,349 son hombres y 30,231 son mujeres.

3.6 MUESTRA

(M. I. Ortego, s/f), afirma que:

Se denomina muestra a un subconjunto de unidades estadísticas extraído del universo del cual se quiere conocer ciertas características. Es a partir de los resultados observados sobre la muestra que se va a extrapolar para producir estimaciones de dicho universo. (p.2)

La muestra de nuestra investigación son quince colaboradores de diferentes departamentos de la empresa Coppel en Frontera Comalapa Chiapas

3.6.1 TIPOS DE MUESTREO

La investigación que se presenta es probabilística de tipo de muestreo aleatorio simple, probabilística ya que todos los trabajadores de Coppel tendrán la posibilidad de ser encuestadas, y de aleatorio simple debido a que se

encuestaran a los trabajadores de Coppel que se encuentren disponibles en ese momento en la empresa.

A continuación, se describen los diferentes tipos de muestreo.

3.6.1.1 PROBABILÍSTICO

(Salvadó, 2013), define que:

Es requisito que todos y cada uno de los elementos de la población tengan la misma probabilidad de ser seleccionados (azar). Se debe tener disponible un listado completo de todos los elementos de la población, a esto se le llama Marco de Muestreo. (s/p).

3.6.1.1.1 ALEATORIO SIMPLE

(Velázquez A. P.) Señala:

El muestreo aleatorio es una técnica que permite obtener una muestra representativa de la población. Ésta se basa en el concepto de probabilidad, el cual marca que cualquier elemento de la población tiene la misma probabilidad de ser elegido y que la elección de cada elemento es independiente de cualquier selección previa. Los muestreos probabilísticos son de varios tipos.

3.6.1.1.2 ESTRATIFICADO

(Otzen, 2017) define:

Aleatorio estratificado: Se determina los estratos que conforman la población blanco para seleccionar y extraer de ellos la muestra (se define como estrato a los subgrupos de unidades de análisis que difieren en las características que van a ser analizadas).

3.6.1.1.3 SISTEMÁTICO

(Velázquez M. e., s/f), menciona que:

En este caso se elige de manera aleatoria el sitio de muestreo para un estrato determinado, mientras que en los estratos restantes el sitio de muestreo se determina a partir de la misma posición relativa. Un caso típico de esto consiste en elegir el centro de cada estrato como sitio de la muestra. (s/p)

3.6.1.1.4 POR CONGLOMERADO

(Otzen T. , 2017) Menciona:

Consiste en elegir de forma aleatoria ciertos barrios o conglomerados dentro de una región, ciudad, comunidad etc., para luego elegir unidades más pequeñas como cuadras, calles, etc. y finalmente otras más pequeñas, como escuelas,

consultorios, hogares (una vez elegido esta unidad, se aplica el instrumento de medición a todos sus integrantes).

3.6.1.2 NO PROBABILÍSTICO

(Sampieri, 2010), menciona que:

En las muestras no probabilísticas, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra. Aquí el procedimiento no es mecánico ni con base en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de investigadores y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios de investigación. (p.176)

3.6.1.2.1 MUESTREO POR CONVENIENCIA

(Casal, 2003) Menciona:

Consiste en la elección por métodos no aleatorios de una muestra cuyas características sean similares a las de la población objetivo. En este tipo de muestreos la “representatividad” la determina el investigador de modo subjetivo, siendo este el mayor inconveniente del método ya que no podemos cuantificar la representatividad de la muestra (p.5).

3.6.1.2.2 MUESTREO POR CUOTAS

(Salvadó, 2013) señala:

Todos los elementos conocidos de la población tienen que aparecer en la muestra. Se debe asegurar que estos aparezcan en la misma proporción que en la población. El investigador entrevista a todas las personas de cada categoría que pueda encontrar hasta que haya llenado la cuota.

3.6.1.2.3 ACCIDENTAL O BOLA DE NIEVE

Espinoza (s/f) señala: Se aprovecha o utiliza personas disponibles en un momento dado que se corresponda con el propósito del estudio (p.20).

3.7 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para esta investigación las técnicas que se aplicaran son; la observación y la encuesta, a través de la aplicación de un cuestionario de 25 preguntas dirigidas a los colaboradores, de las cuales 24 son cerradas y 1 abierta, esto con el objetivo de poder obtener respuestas más precisas.

Las técnicas que se usaron en esta investigación son la observación directa, en la que podremos observar la actitud de los trabajadores de Coppel al momento de responder la encuesta. A través de la encuesta es posible obtener datos que resultan verdaderamente indispensables para poder comprobar la hipótesis planteada.

3.7.1 OBSERVACIÓN

(POSTGRADO, 2009), da a conocer:

Tradicionalmente el acto de "observar" se asocia con el proceso de mirar con cierta atención una cosa, actividad o fenómeno, o sea concentrar toda su capacidad sensitiva en algo por lo cual estamos particularmente interesados.

En la investigación se hará uso de esta técnica, apoyándose del instrumento ficha de observación.

3.7.2 ENCUESTA

(POSTGRADO, 2009), manifiesta que:

Para algunos investigadores no es otra cosa que la recolección sistemática de datos en una población o en una muestra de la población, mediante el uso de entrevistas personales y otros instrumentos para obtener datos. Habitualmente a este tipo de estudio se le denomina así, cuando se ocupa de grupos de personas, numerosas y dispersas. Para otros, la encuesta es solo una pluralidad de técnicas que se utilizan a nivel masivo.

En la investigación se utilizará la encuesta para recopilar datos de la muestra apoyándose del instrumento cuestionario, se elaboraron un cuestionario dirigido a los colaboradores de la empresa que se encuentren disponibles, la cual consta de cinco apartados con un total de 25 preguntas.

3.8 INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.8.1 CUESTIONARIO

A continuación, se presenta el modelo de cuestionario que se utilizará para encuestar a nuestra muestra, el cual se aplicará en la empresa Coppel S.A. de C.V. en el municipio de Frontera Comalapa a 15 trabajadores que se encuentren disponibles en ese momento, y al gerente de la empresa. Dicha encuesta se llevará a cabo el día 2 de Junio del 2021 a las 13:00 pm



CUESTIONARIO PARA COLABORADORES

LA MOTIVACIÓN DEL PERSONAL Y SU IMPACTO EN LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL

Fecha: _____ No: de Cuestionario _____

Instrucciones: A continuación le presentamos una serie de preguntas, le pedimos amablemente nos apoye en contestarlas con veracidad, hacemos de su conocimiento que la información obtenida será tratada con respecto y confidencialidad.

Lea cuidadosamente cada pregunta y subraye la respuesta que considere refleja mejor su situación.

I. DATOS PERSONALES

Edad: a) 18-23 años b) 24-29 años c) 30-35 años d) más

Sexo: a) masculino b) femenino

Escolaridad: a) primaria b) secundaria c) preparatoria d) universitario

II. DATOS DE SU PUESTO DE TRABAJO

Puesto que ocupa:

Tiempo de laborar en la empresa:

Horas que trabaja:

1. ¿Sabe usted que es la motivación?

- a) Si
- b) No

Si respondió que sí, que es:

2. ¿Sabe que es el desempeño laboral?:

- a) Si
- b) No

Si respondió que sí, que es:

3. ¿Sabe que es la productividad empresarial?

- a) Si
- b) No

Si respondió que sí, que es:

4. ¿Qué factor considera el más importante para sentirse motivado al desempeñar sus funciones dentro de la empresa?

- a) Puesto de trabajo
- b) Autonomía y participación
- c) Ambiente de trabajo
- d) Condiciones laborales
- e) Ninguno
- f) Otros _____

5. ¿Considera que la motivación es importante para una empresa

- a) Si
- b) No

6. ¿Cree que la motivación influye en la productividad empresarial?

- a) Si
- b) No

III. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA MOTIVACION

Puesto de trabajo

7. ¿Se siente motivado en su trabajo?

- a) Siempre
- b) Algunas veces
- c) Nunca

8. ¿Cómo se siente emocionalmente en su trabajo?

- a) Feliz
- b) Angustiado
- c) Triste
- d) Preocupado
- e) Estresado

9. ¿Se siente cómodo en su puesto de trabajo?

- a) Siempre
- b) Algunas veces
- c) Nunca

10. Como colaborador, ¿En qué grado de motivación considera que se encuentra al desempeñar sus funciones dentro de la empresa?

- a) Bajo
- b) Medio
- c) Alto

11. ¿Cree usted que la empresa le proporciona oportunidades para crecer profesionalmente?

- a) Si
- b) No

Autonomía y Participación

12. ¿Considera que puede dar su opinión libremente a cualquiera de sus superiores?

- a) Si
- b) No

13. ¿Considera que sus opiniones son tomadas en cuenta?

- a) Siempre
- b) Algunas veces
- c) Nunca

 **Ambiente de trabajo**

14. ¿Cree usted que en la empresa existe buenas relaciones interpersonales entre sus compañeros y jefes de trabajo?

- a) Si
- b) No

15. ¿Recibe un buen trato de sus superiores?

- a) Si
- b) No

16. ¿Se estresa en su trabajo?

- a) Siempre
- b) Algunas veces
- c) Nunca

 **Condiciones laborales**

17. ¿Considera que su sueldo está bien remunerado?

- a) Si
- b) No

18. ¿Se siente a gusto con su horario de trabajo?

- a) Si
- b) No

19. ¿Cuenta la empresa con prestaciones de ley?

- a) Si
- b) No

20. ¿Maneja la empresa algún plan de incentivos económicos o no económicos?

- a) Si
- b) No

21. ¿Cuáles son los incentivos económicos que le brinda la empresa?

- a) Aumento de sueldo
- b) Prestamos
- c) Comisiones por ventas
- d) Ninguno
- e) Otros _____

22. ¿Cuáles son los incentivos no económicos que la empresa le brinda?

- a) Viajes
- b) Reconocimientos
- c) Días de descanso
- d) Ninguno
- e) Otros _____

IV. DESEMPEÑO LABORAL Y PRODUCTIVIDAD

23. ¿Cuándo se siente motivado su desempeño laboral es mejor?

- a) Si
- b) No

24. ¿Considera que un aumento de sueldo, prestación económica aumentaría su desempeño laboral?

- a) Si
- b) No

25. ¿Se identifica usted con la misión, visión y objetivos de la empresa?

- a) Si
- b) No

26. ¿Cuenta la empresa con fijación de metas de productividad?

- a) Si
- b) No

27. ¿Se siente usted motivado a alcanzar las metas de productividad de la empresa?

- a) Si
- b) No

28. ¿Por qué se siente motivado a lograr las metas de productividad?

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS

4.1 RESULTADOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL MARCO METODOLÓGICO

El día miércoles dos de Junio del año en curso se llevó a cabo la aplicación de encuestas a las personas previstas de acuerdo a la muestra establecida consistente en 15 trabajadores de la empresa Coppel en Frontera Comalapa, la encuesta se llevó a cabo en promedio de cinco horas, por parte de los tesisistas profesionistas de Administración de empresas del 9° Cuatrimestre. Único semiescolarizado del campus de la Frontera.

Es importante hacer mención que el proceso de investigación se llevó a cabo de manera satisfactoria obteniendo los resultados de participación esperados. Finalmente se presentan los resultados obtenidos durante la elaboración de la tesis, en el periodo de Febrero – Julio del año 2021, en los cuales se darán a conocer los puntos sobresalientes de nuestra investigación.

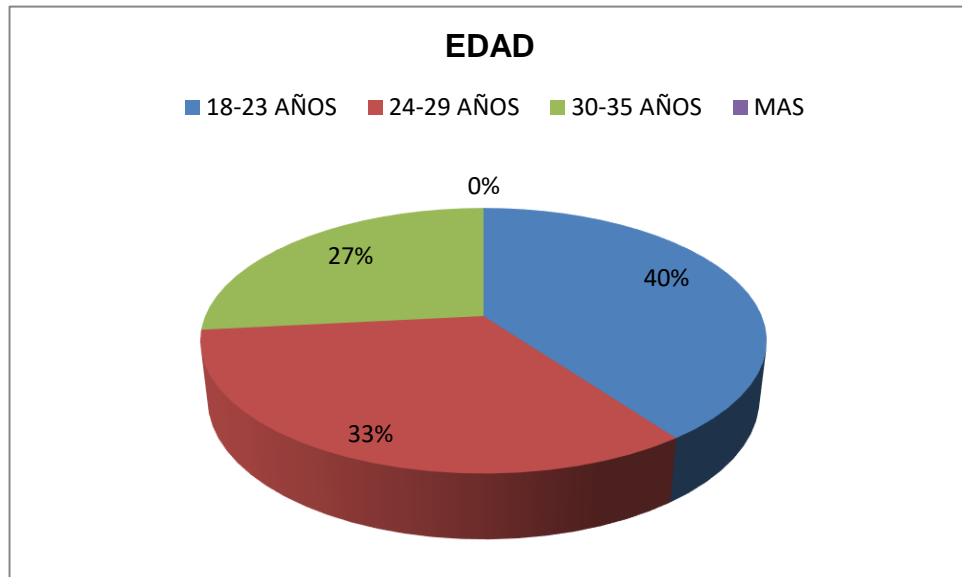
En el siguiente apartado, se presentan los resultados a través de tablas y gráficas, que nos permitieron realizar un análisis e interpretación para saber los conocimientos que tienen los trabajadores de la empresa Coppel respecto a la motivación, a mismo conocer el grado en el que ellos se encuentran al desempeñar sus funciones en la empresa.

4.2 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

TABLA I. DATOS PERSONALES

VARIABLE	DETALLE	FRECUENCIA	%
EDAD	18-23 AÑOS	6	40%
	24-29 AÑOS	5	33%
	30-35 AÑOS	4	27%
	MAS	0	0%
	TOTAL	15	100%
SEXO	M	8	53%
	F	7	47%
	TOTAL	15	100%
ESCOLARIDAD	PRIMARIA	0	0%
	SECUNDARIA	0	0%
	PREPARATORIA	12	80%
	UNIVERSITARIO	3	20%
	TOTAL	15	100%

GRÁFICA NO. 1



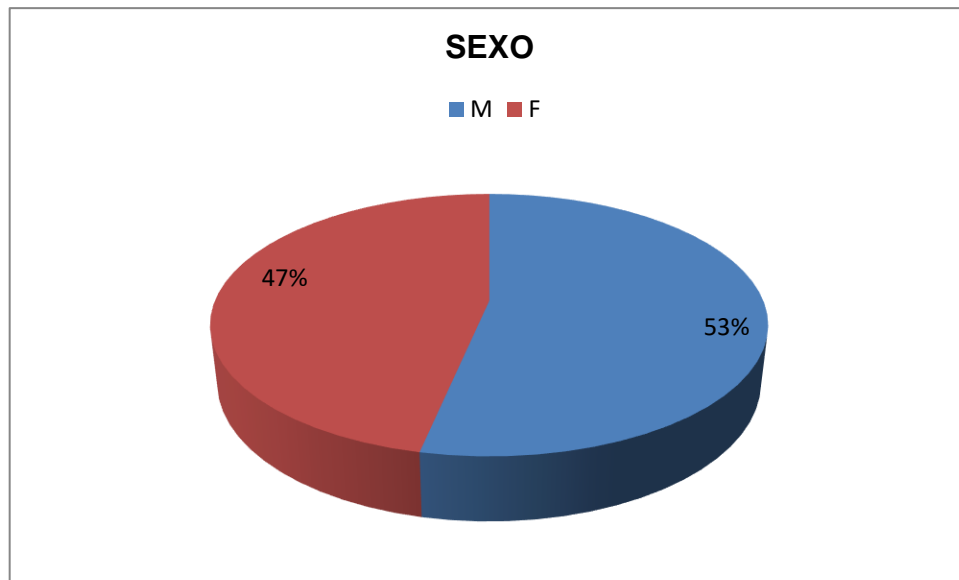
Análisis:

En esta gráfica nos indica que el 40% de los colaboradores encuestados tiene entre 18 a 23 años de edad, otro 33% corresponde a colaboradores con edades entre 24-29 años, mientras que el 27% son colaboradores que tienen entre 30-35 años de edad.

Interpretación:

La información obtenida en esta gráfica nos permite tener una idea general de la motivación en la empresa, ya que se encuesta casi por igual cantidad las tres opciones de los tres grupos de edad representados de la muestra.

GRÁFICA NO. 2



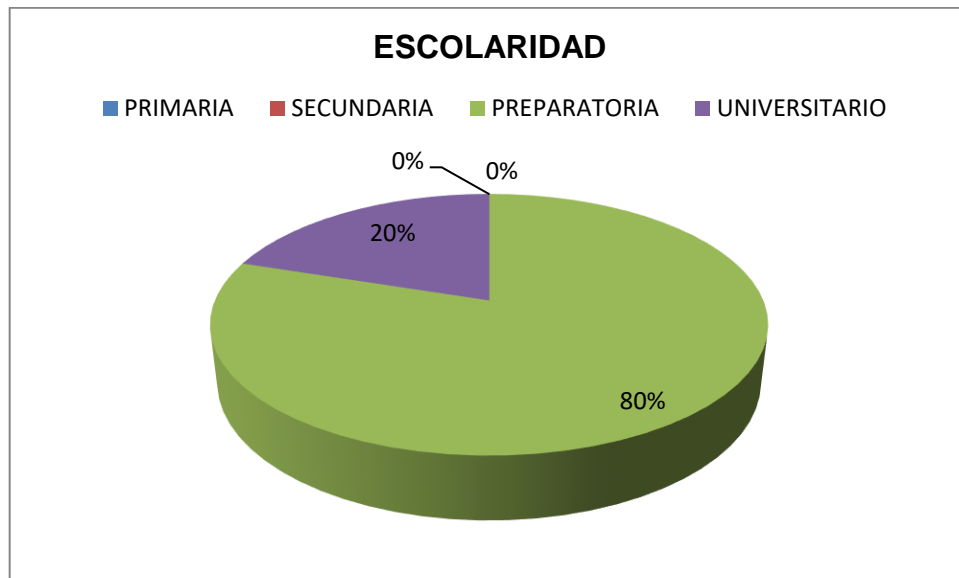
Análisis:

La gráfica señala que el 53% de la muestra encuestada son mujeres, y un 47% son hombres.

Interpretación:

En esta grafica podemos observar que es muy poca la diferencia entre la cantidad de personas encuestas de ambos sexos, lo cual es bueno ya que podemos obtener respuestas de ambos sexos casi en las mismas cantidades.

GRÁFICA NO. 3



Análisis:

La gráfica nos muestra que la escolaridad el 80% de los trabajadores es de preparatoria, mientras que otro 20% son colaboradores con un grado de estudios universitarios.

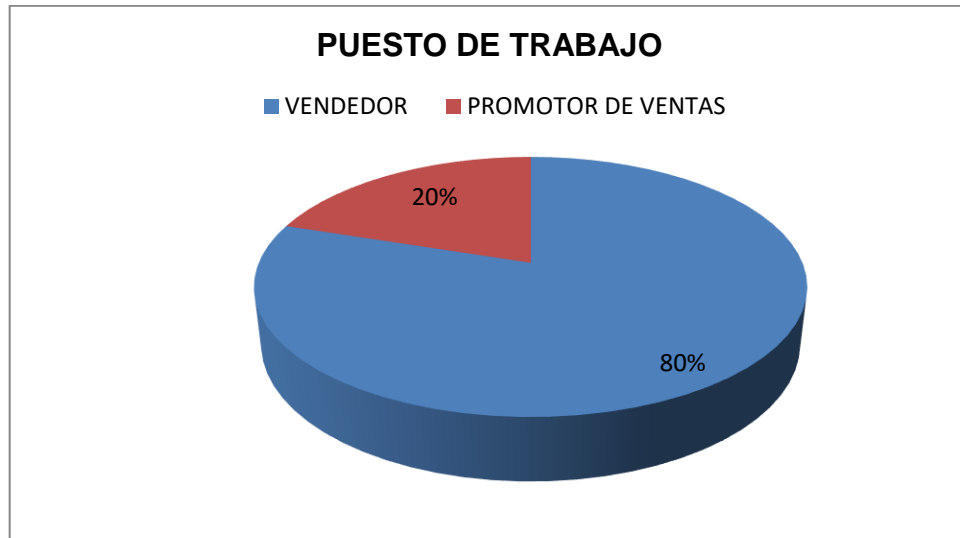
Interpretación:

En la gráfica se puede observar que la mayor parte de los colaboradores encuestados de Coppel tienen preparatoria terminada, y muy pocos son los que tienen alguna carrera profesional terminada.

TABLA II. DATOS DE PUESTO DE TRABAJO

VARIABLE	DETALLE	FRECUENCIA	%
PUESTO DE TRABAJO	VENDEDOR	12	80%
	PROMOTOR DE VENTAS	3	20%
	TOTAL	15	100%
TIEMPO DE LABORAR	2 MESES	1	7%
	8 MESES	5	33%
	1 AÑO	4	27%
	2 AÑOS	5	33%
	TOTAL	15	100%
HORAS DE TRABAJO AL DIA	8 HORAS	12	80%
	9 HORAS	2	13%
	12 HORAS	1	7%
	TOTAL	15	100%

GRÁFICA NO. 4



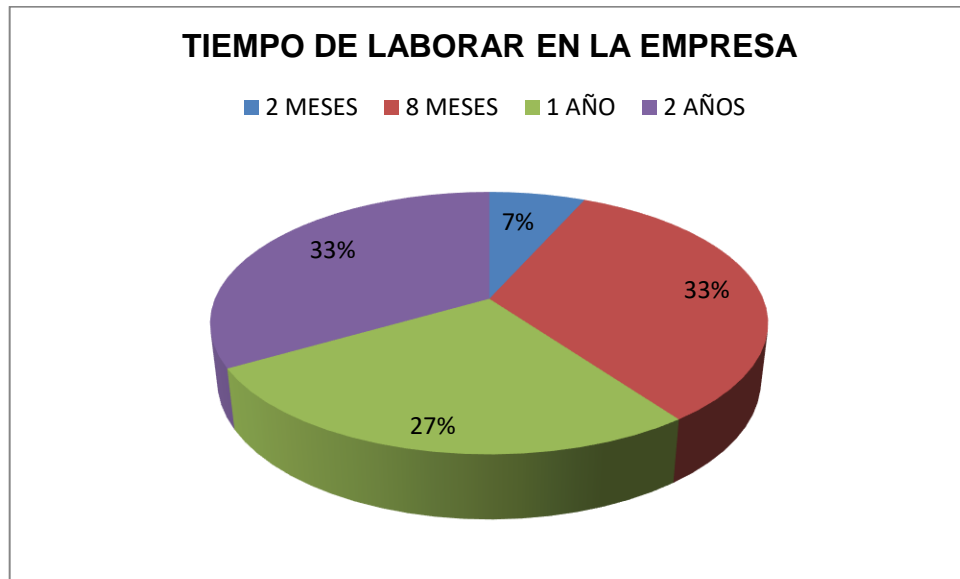
Análisis:

Esta gráfica nos muestra que el 80% son de vendedores, mientras que el 20% son promotores de ventas.

Interpretación:

Se observa en esta gráfica que la muestra está constituida por vendedores y promotores de ventas, considerando que ambos son los que tienen la labor de vender los productos que Coppel oferta, es realmente importante conocer cómo influye la motivación en su desempeño laboral.

GRÁFICA NO. 5



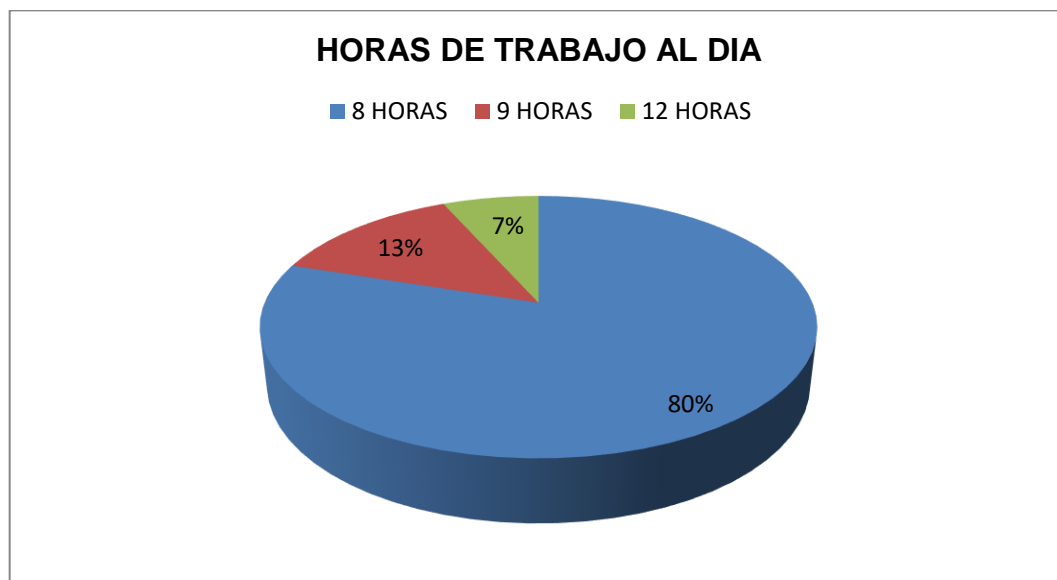
Análisis:

La gráfica muestra que el 33% son colaboradores que tienen 2 años de laborar en Coppel, de igual manera 33% tienen ocho meses, mientras que el 27% son colaboradores que tienen un año de laborar en dicha empresa, y tan solo el 7% llevan dos meses laborando en la empresa.

Interpretación:

La mayor parte de la muestra tienen entre ocho y dos años laborando en la empresa, lo cual es muy importante para nuestra investigación, ya que son colaboradores que conocen el funcionamiento de esta empresa, y tienen más conocimientos sobre el tema.

GRÁFICA NO. 6



Análisis:

La gráfica señala que el 80% indicaron que trabajan 8 horas al día, el 13% 9 horas al día, y solo el 7% dijeron que laboran 12 horas al día.

Interpretación:

En la gráfica se puede observar que los colaboradores trabajan diferentes horas al día, pero la mayor parte trabaja ocho horas al día.

TABLA III. CONOCIMIENTOS SOBRE EL TEMA

VARIABLE	DETALLE	FRECUENCIA	%
CONOCIMIENTO SOBRE LA MOTIVACIÓN	SI	13	87%
	NO	2	13%
	TOTAL	15	100%
CONOCIMIENTO SOBRE DESEMPEÑO LABORAL	SI	14	93%
	NO	1	7%
	TOTAL	15	100%
CONOCIMIENTO SOBRE LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL	SI	13	87%
	NO	2	13%
	TOTAL	15	100%
FACTOR IMPORTANTE MOTIVACIÓN	PUESTO DE TRABAJO	4	27%
	AUTONOMIA Y PARTICIPACIÓN	2	20%
	AMBIENTE TRABAJO	6	40%
	CONDICIONES LABORALES	3	13%
	NINGUNO	0	0%
	OTROS	0	0%
	TOTAL	15	100%
IMPORTANCIA DE LA MOTIVACIÓN	SI	15	100%
	NO	0	0%
	TOTAL	15	100%
INFLUENCIA DE LA MOTIVACIÓN EN LA PRODUCTIVIDAD	SI	15	100%
	NO	0	0%
	TOTAL	15	100%

GRÁFICA 7



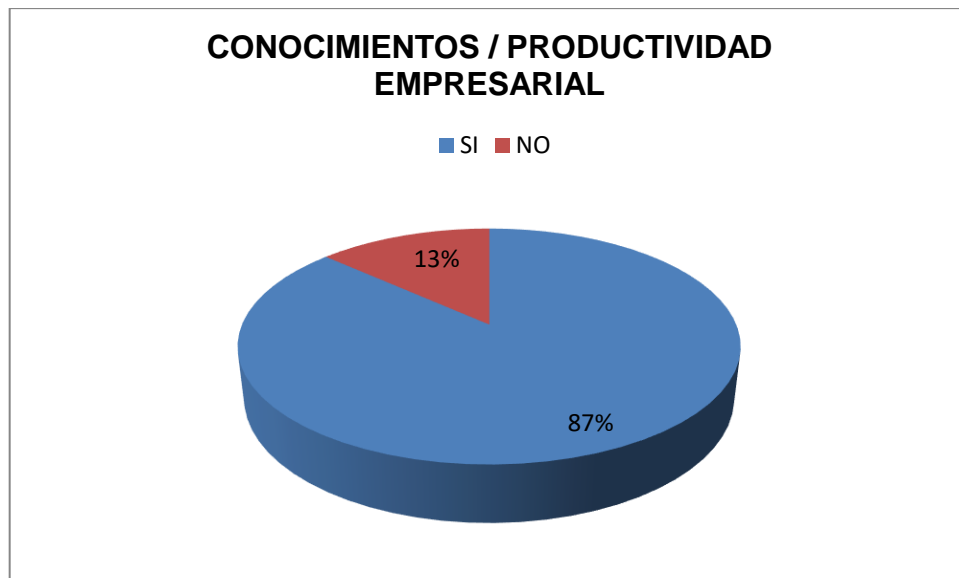
Análisis:

La gráfica señala que el 87% sabe que es la motivación, mientras que solo el 13% no sabe.

Interpretación:

En esta gráfica se puede observar que la mayor parte de nuestra muestra conoce que es la motivación, obtener un porcentaje más alto de colaboradores que si saben que es motivación es muy importante ya podrá entender más el tema y así poder responder con certeza.

GRÁFICA NO. 8



Analisis:

Esta gráfica indica que el 87% de la muestra sabe a que nos referimos cuando hablamos que productividad empresarial, mientras que el 13% desconoce el tema.

Interpretación:

A traves de esta gráfica podemos observar que la mayor parte de los colabaradores saben que es la productividad empresarial, es importante que tengan el conocimiento sobre este tema, para asi saber que engloba, y como se logra la productividad empresarial y como ellos contribuyen para su logro.

GRÁFICA NO. 9



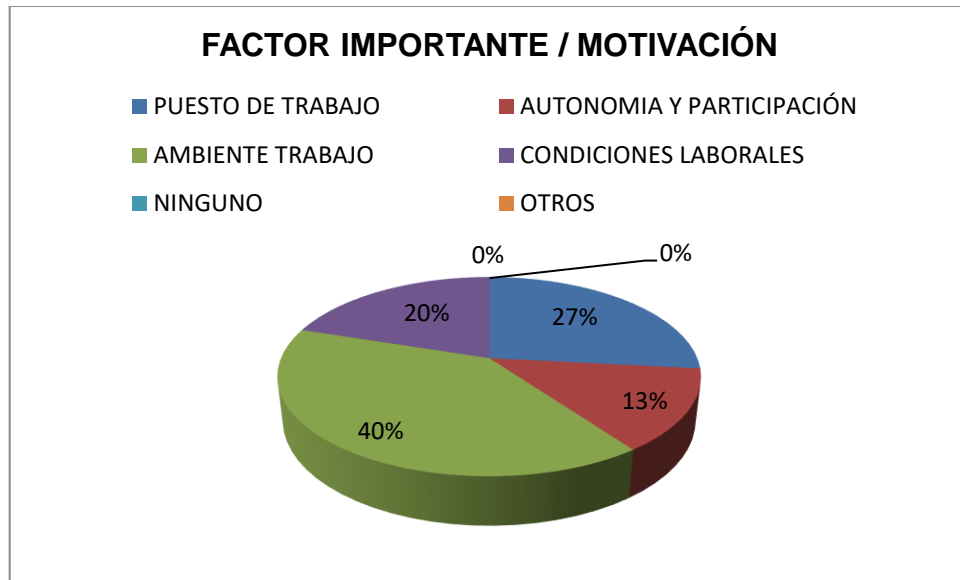
Análisis:

Esta gráfica indica que el 93% conoce que es el desempeño laboral, mientras que el 7% desconoce este concepto.

Interpretación:

Se puede observar que la mayor parte de nuestra muestra sabe a qué nos referimos al hablar del desempeño laboral, y solo una pequeña parte desconoce este término, como administradores consideramos importante el explicar este término, y lo fundamental que es en la productividad empresarial.

GRÁFICA NO. 10



Análisis:

Esta gráfica señala que el 40% de nuestra muestra indicó que el ambiente de trabajo es el factor más importante para sentirse motivado en el trabajo, el 27% señalaron el puesto de trabajo, el 20% las condiciones laborales que ofrece la empresa, mientras que el 13% considera que la autonomía y participación es el factor más importante para sentirse motivado en el trabajo.

Interpretación:

Se observa en esta gráfica que la mayor parte considera que para sentirse motivado en el trabajo necesitan tener un buen ambiente de trabajo, es decir tener buenas relaciones entre compañeros y sus jefes, otro porcentaje alto son las condiciones laborales, es decir que para que los colaboradores se sientan motivados necesitan que la empresa le ofrezca excelentes condiciones laborales.

GRÁFICA NO. 11



Análisis:

Esta gráfica señala que el 100% de la muestra cree que la motivación es muy importante para una empresa.

Interpretación:

En la gráfica se observa que el total de nuestra muestra considera que la motivación es importante para la empresa, es satisfactorio saber que los colaboradores están conscientes de lo importante que es la motivación en la empresa.

GRÁFICA NO. 12



Análisis:

Esta gráfica muestra que el 100% de nuestra muestra indicó que la motivación influye en la productividad de la empresa.

Interpretación:

Se puede observar en esta gráfica que la muestra total de colaboradores está consciente de que la motivación influye en la productividad de empresa, es fundamental que los colaboradores tengan conocimiento de cómo la motivación influye en la productividad empresarial.

TABLA IV. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA MOTIVACIÓN

VARIABLE	DETALLE	FRECUENCIA	%
MOTIVACIÓN EN TRABAJO	SIEMPRE	13	87%
	ALGUNAS VECES	2	13%
	NUNCA	0	0%
	TOTAL	15	100%
SITUACION EMOCIONAL	FELIZ	13	87%
	ANGUSTIADO	0	0%
	TRISTE	0	0%
	PREOCUADO	0	0%
	ESTRESADO	2	13%
	TOTAL	15	100%
COMODIDAD EN PUESTO DE TRABAJO	SIEMPRE	13	87%
	ALGUNAS VECES	2	13%
	NUNCA	0	0%
	TOTAL	15	100%
GRADO DE MOTIVACIÓN	BAJO	0	0%
	MEDIO	8	53%
	ALTO	7	47%
	TOTAL	15	100%
OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO PROFESIONAL	SI	14	82%
	NO	1	18%
	TOTAL	15	100%
LIBERTAD DE OPINIÓN	SI	11	73%
	NO	4	27%
	TOTAL	15	100%
OPION TOMADA EN CUENTA	SIEMPRE	6	40%
	ALGUNAS VECES	9	60%
	NUNCA	0	0%
	TOTAL	15	100%
BUENA RELACIÓN ENTRE COMPAÑEROS Y JEFES	SI	12	80%
	NO	3	20%
	TOTAL	15	100%
BUEN TRATO DE LOS SUPERIORES	SI	14	93%
	NO	1	7%
	TOTAL	15	100%
ESTRÉS	SIEMPRE	0	0%
	ALGUNAS VECES	11	73%

	NUNCA	4	27%
	TOTAL	15	100%

**CONTINUACIÓN TABLA IV. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA
MOTIVACIÓN**

BUENA REMUNERACIÓN SALARIAL	SI	10	67%
	NO	5	33%
	TOTAL	15	100%
SATISFACCIÓN/HORARIO DE TRABAJO	SI	13	87%
	NO	2	13%
	TOTAL	15	100%
PRESTACIONES DE LEY	SI	15	100%
	NO	0	0%
	TOTAL	15	100%
PLAN DE INCENTIVOS	SI	15	100%
	NO	0	0%
	TOTAL	15	100%
PLAN DE INCENTIVOS ECONOMICOS	AUMENTO DE SUELDO	0	0%
	PRESTAMOS	0	0%
	COMISIONES POR VENTAS	15	100%
	NINGUNO	0	0%
	OTROS	0	0%
	TOTAL	15	100%
PLAN DE INCENTIVOS NO ECONOMICOS	VIAJES	0	0%
	RECONOCIMIENTOS	7	46%
	DIAS DE DESCANSO	6	40%
	NINGUNO	1	7%
	OTROS	1	7%
	TOTAL	15	100%

GRÁFICA NO. 13



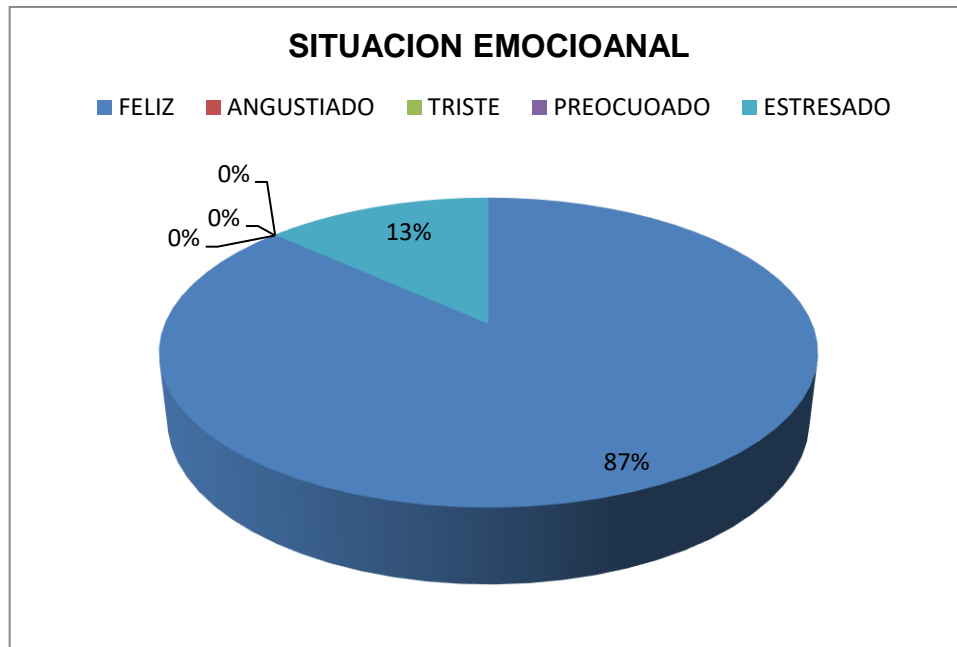
Análisis:

La gráfica indica que el 87% de los colaboradores de Coppel se sienten motivados en la empresa, mientras que el 13% solo se siente motivado algunas veces.

Interpretación:

En la gráfica se puede observar que la mayor parte de los colaboradores se sienten motivados siempre y muy pocos son los que solo se sienten motivados algunas veces, es satisfactorio saber que ninguno señaló que nunca está motivado, la motivación es fundamental para mejorar el desempeño laboral de los colaboradores.

GRÁFICA NO. 14



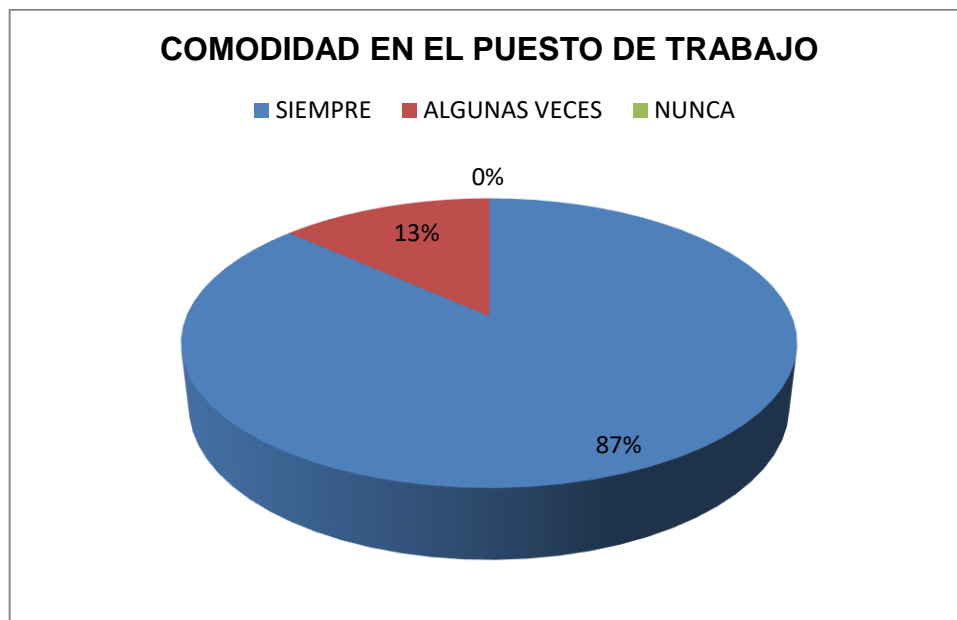
Análisis:

La gráfica refleja que el 87% de los trabajadores se siente feliz en su trabajo, y solo el 13% señalo que se siente estresado en su trabajo.

Interpretación:

La grafica nos muestra que la mayor parte de nuestra muestra se siente feliz trabajando en la empresa, es satisfactorio obtener este dato ya que sabemos que un colaborador que se siente feliz, realizara su trabajo con actitudes positivas, y su rendimiento será mejor. De igual manera es preocupante saber que hay colaboradores estresados, esto repercute en su desempeño laboral.

GRÁFICA NO. 15



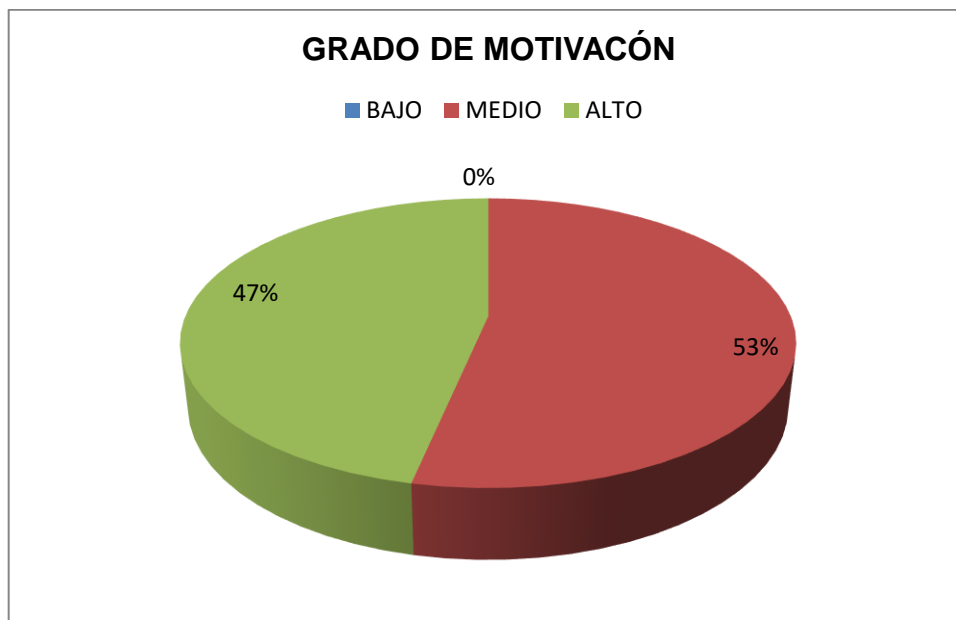
Análisis:

La grafica indica que el 87% se siente cómodo en su puesto de trabajo, mientras que un 13% no está cómodo en el puesto que laboran.

Interpretación:

Esta gráfica señala que la mayor parte de nuestra muestra se sienten cómodos en su puesto de trabajo, y son muy pocos los que no se sienten cómodos, la comodidad en el trabajo es esencial para trabajar con mejores resultados, por otro lado, al estar en un lugar de trabajo donde uno no se siente cómodo, las funciones no se harán con la calidad y entrega necesaria, lo que se traducirá en pérdidas y acabará desembocando en una situación peor.

GRÁFICA NO. 16



Análisis:

En la gráfica señala que la motivación del 53% es media, mientras un 47% tiene alto grado de motivación.

Interpretación:

A través de esta gráfica podemos observar que la mayor parte de nuestra muestra tienen un grado motivación media, la diferencia entre los colaboradores que se encuentran altamente motivados es poca, sin embargo resulta preocupante porque para que una empresa logre sus metas y tenga buenos resultados en cuanto a productividad se necesita que todos se encuentre en un grado de motivación alto al desempeñar sus funciones.

GRÁFICA NO. 17



Análisis:

La gráfica señala que el 73% de los colaboradores considera que la empresa les brinda oportunidades para crecer profesionalmente, mientras que el 27% considera que no.

Interpretación:

En la gráfica se observa que la mayor parte de la muestra considera que Coppel les han brindado la oportunidad de ascender profesionalmente, sin embargo una pequeña parte considera que no, la oportunidad de crecer profesionalmente es un factor muy importante para sentirse motivados en el trabajo.

GRÁFICA NO.18



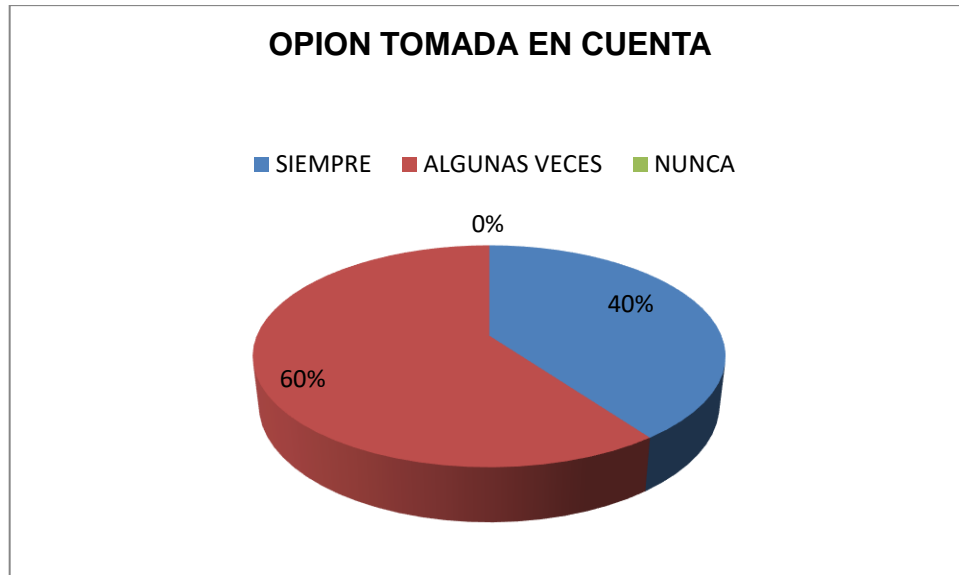
Análisis:

La gráfica señala que el 73% se siente con libertad de dar su opinión, mientras que el 27% no se siente libre de dar su opinión.

Interpretación:

Esta gráfica nos permite ver que la mayor parte de la muestra se siente libre de dar su opinión a sus superiores, sin sentir miedo a que sus opiniones sean rechazadas o ignoradas, por otro lado un poco más de un cuarto de la muestra cree que no puede dar su opinión a sus superiores.

GRÁFICA NO. 19



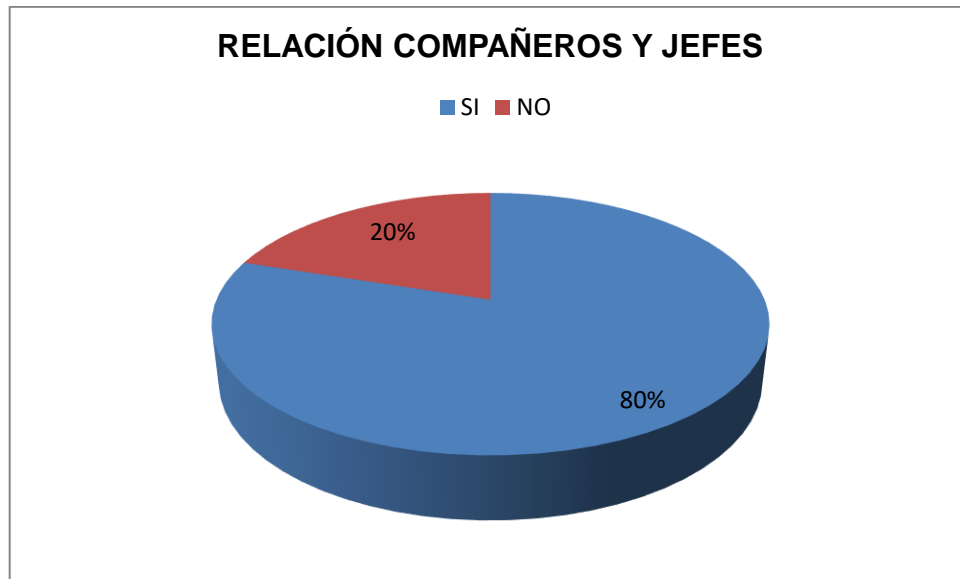
Análisis:

La gráfica indica que el 60% de los colaboradores cree que su opinión es tomada en cuenta algunas veces, mientras que el 40% considera que siempre se toman en cuenta sus opiniones.

Interpretación:

Podemos observar en esta gráfica que la mayor parte de nuestra muestra considera que su opinión algunas veces es tomada en cuenta. El tomar en cuenta la opinión de los colaboradores contribuye a que se sientan motivados, y sientan que pueden aportar sus opiniones a la empresa, sabiendo que las tomará en cuenta.

GRÁFICA NO. 20



Análisis:

La gráfica indica que el 80% de los colaboradores tienen una buena relación con sus compañeros y jefes, mientras que un 20% no tiene buenas relaciones.

Interpretación:

A través de esta gráfica se observa que la mayor parte de la muestra si tiene una buena relación con sus compañeros y jefes de trabajo, considerando que un buen ambiente laboral es muy importante para sentirse motivado, es bueno saber que la mayor parte se encuentra en esa situación. Mientras tanto la otra parte pueden afectar el ambiente laboral al tener una buena relación con sus compañeros y jefes de trabajo.

GRÁFICA NO. 21



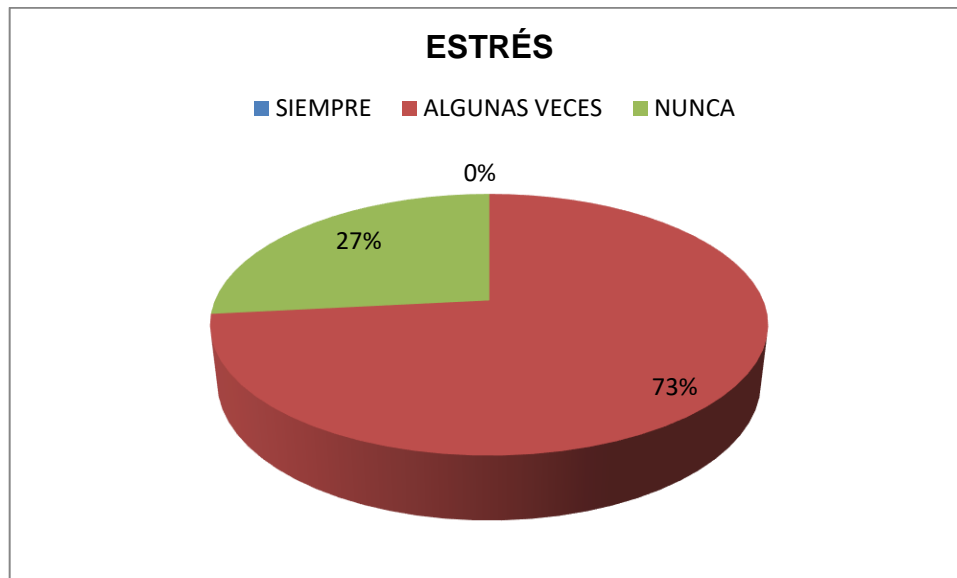
Análisis:

La gráfica indica que EL 93% de los colaboradores recibe un buen trato por parte de sus superiores, mientras que solo el 7% dijo no recibir un buen trato de sus superiores.

Interpretación:

En esta gráfica se puede observar que la mayoría de los colaboradores dicen recibir un buen trato de sus superiores y son muy pocos los que sienten que el trato que reciben de sus superiores no es bueno, el buen trato por parte de los superiores hacia los colaboradores genera una buena relación de trabajo, el dato que arroja esta gráfica es satisfactorio, ya que este es un factor que contribuye a la motivación en el trabajo.

GRÁFICA NO. 22



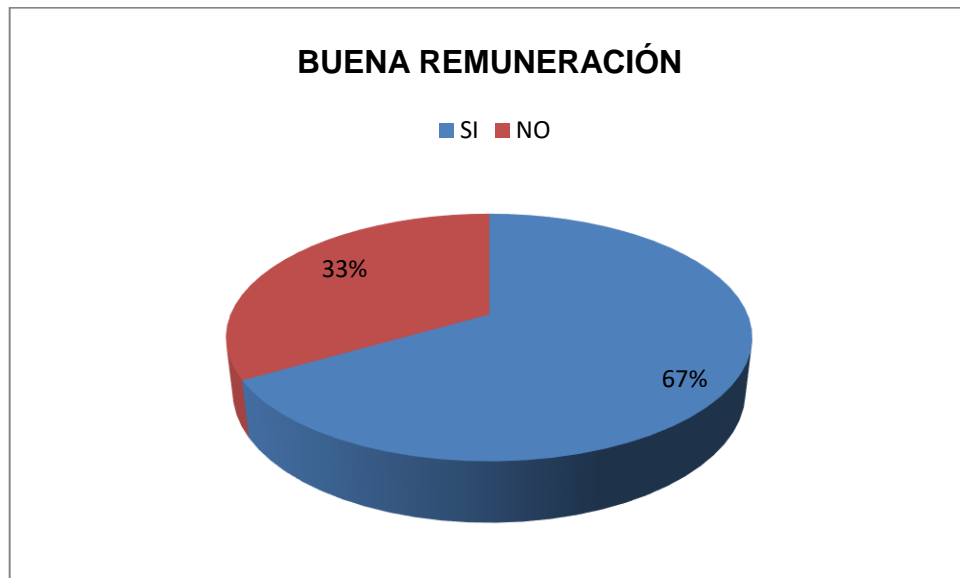
Análisis:

La grafica indica que el 73% de los colaboradores algunas veces se sienten estresados en su trabajo, mientras que el 27% nunca se sienten estresados en su trabajo.

Interpretación:

Esta gráfica muestra que la mayor parte de la muestra en ocasiones se ha sentido estresado y son muy pocos los que nunca se han sentido estresados en su trabajo este dato es preocupante ya que el estrés afecta directamente al rendimiento del colaborador.

GRÁFICA NO. 23



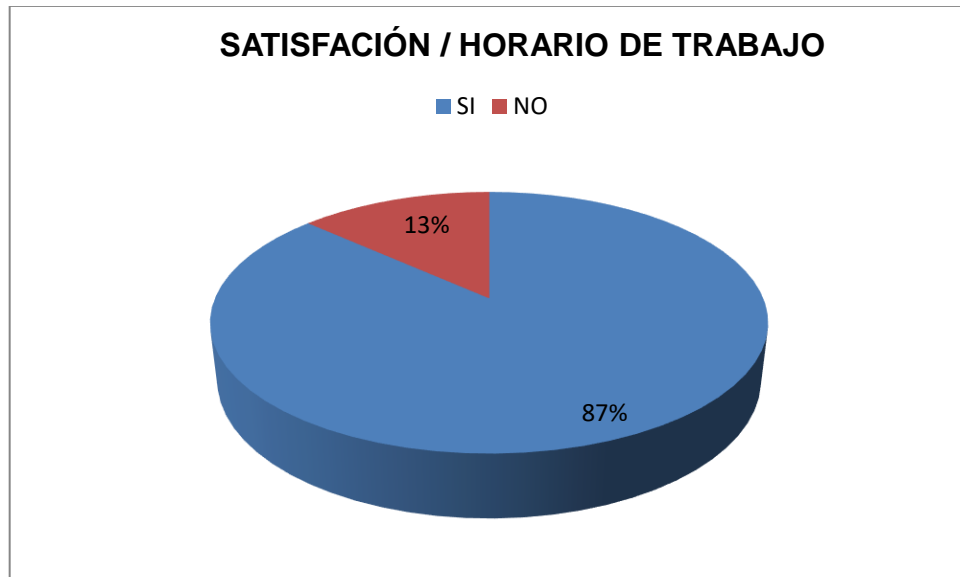
Análisis:

La gráfica muestra que el 67% de los trabajadores considera que su salario está bien remunerado, mientras que el 33% considera que no.

Interpretación:

En esta gráfica podemos ver que la mayor parte de nuestra muestra considera que su trabajo es bien pagado, por otro lado una tercera parte de la muestra considera que su salario no está bien remunerado esto puede desmotivarlos, algo que no es conveniente para cualquier empresa.

GRÁFICA NO. 24



Análisis:

La gráfica muestra que el 87% de los colaboradores están contentos con su horario de trabajo, mientras que un 13% no lo están.

Interpretación:

En esta gráfica podemos observar que la mayor parte de la muestra se siente a gusto con su horario de trabajo, esto contribuye a la motivación ofreciendo a los trabajadores una jornada de trabajo racional, que permita integrar la vida laboral y su vida personal.

GRÁFICA NO. 25



Análisis:

La gráfica muestra que el 100% de la muestra indicó que la empresa les brinda prestaciones de ley.

Interpretación:

Esta gráfica señala que el total de nuestra muestra aseguró que la empresa le brinda prestaciones laborales conforma a la ley, este dato es realmente importante porque sabemos que este factor contribuye a la motivación, y genera un compromiso mayor por parte de los colaboradores para elevar las utilidades de la empresa.

GRÁFICA NO. 26



Análisis:

La gráfica señala que el 100% dijo que la empresa maneja un plan de incentivos ya sean económicos o no económicos.

Interpretación:

En la gráfica se observa que nuestra muestra total indico que la empresa si maneja un plan de incentivos, es decir si aplican estrategias para motivar a los colaboradores.

GRÁFICA NO. 27



Análisis:

La gráfica señala que el 100% dijo que el plan de incentivos no económicos que maneja Coppel son las comisiones por ventas.

Interpretación:

En la gráfica se observa que nuestra muestra total aseguró que los incentivos económicos que maneja Coppel son comisiones por ventas. Una estrategia muy efectiva ya que entre más ventas realicen más comisiones pueden ganar.

GRÁFICA NO. 28



Análisis:

La gráfica señala que el 43% dijo que Coppel que los incentivos no económicos que maneja Coppel son los Reconocimientos, así en el mismo porcentaje los días de descanso, un 7% otros tipos de incentivos, mientras que el otro 7% dijo que no maneja ningún tipo de incentivos no económicos.

Interpretación:

En la gráfica se observa que Coppel maneja diferentes tipos de incentivos, pero entre ellos sobresalen los días de descanso y los reconocimientos.

TABLA V. DESEMPEÑO LABORAL Y PRODUCTIVIDAD

VARIABLE	DETALLE	FRECUENCIA	%
MOTIVACION/MEJORA DE DESEMPEÑO LABORAL	SI	15	100%
	NO	0	0%
	TOTAL	15	100%
INCENTIVOS/MEJORA DE DESEMPEÑO LABORAL	SI	15	100%
	NO	0%	0%
	TOTAL	15	100%
IDENTIFICACIÓN CON LA VISION, MISIÓN Y OBJETIVOS DE LA EMPRESA	SI	15	100%
	NO	0	0%
	TOTAL	15	100%
FIJACIÓN DE METAS DE PRODUCTIVIDAD	SI	15	100%
	NO	0	0%
	TOTAL	15	100%
MOTIVACIÓN PARA ALCANZAR LAS METAS DE PRODUCTIVIDAD	SI	15	100%
	NO	0	0%
	TOTAL	15	100%
CAUSA DE MOTIVACIÓN PARA LOGRAR LAS METAS	INCENTIVOS ECONOMICOS	14	100%
	RECONOCIMIENTOS	1	0%
	TOTAL	14	100%

GRÁFICA NO. 29



Análisis:

La gráfica muestra que el 100% de la muestra está convencido de cuando se sienten motivados en su trabajo su desempeño laboral es mejor.

Interpretación:

El total de la muestra indico que su desempeño laboral es mejor cuando se siente motivado, es aquí donde nos damos cuenta de que la motivación si influye positivamente en el desempeño de los colaboradores de la empresa.

GRÁFICA NO. 30



Análisis:

Esta gráfica señala que el 100% de la muestra mejoraría su desempeño si recibe un incentivo.

Interpretación:

En esta gráfica los colaboradores indicaron que su desempeño sería mejor si reciben un incentivo; como un aumento de sueldo o una prestación económica, los incentivos son una estrategia de motivación, lo cual quiere decir que esta estrategia si funciona.

GRÁFICA NO. 31



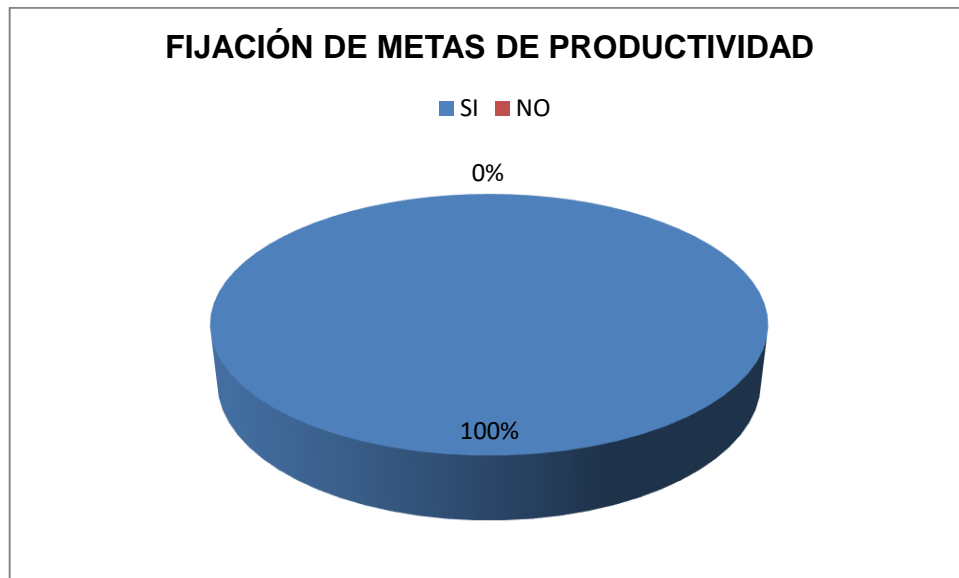
Análisis:

La gráfica muestra que el 100% de los colaboradores está identificado con la misión, visión y objetivos de la empresa.

Interpretación:

En la gráfica podemos observar que el total de nuestra muestra está de identificado con la misión, visión y objetivos de la empresa, con lo cual contribuirá al logro de las metas.

GRÁFICA NO. 32



Análisis:

La gráfica señala que el 100% de la muestra indicó que la empresa cuenta con una fijación de meta de productividad.

Interpretación:

Podemos observar en esta gráfica que el total de la muestra sabe que la empresa fija metas de productividad, lo cual es importante ya que si la empresa comunica las metas que desea lograr, los empleados estarán conscientes de lo que ellos pueden aportar para lograrlas.

GRÁFICA NO. 33



Análisis:

La gráfica indica que el 100% de la muestra está motivado a alcanzar las metas de productividad fijada por la empresa.

Interpretación:

Podemos observar que todos los colaboradores se sienten motivados para alcanzar las metas de productividad propuestas por la empresa, esta gráfica nos refleja un dato muy satisfactorio porque sabemos que si el personal está motivado existe la seguridad de lograr las metas de productividad.

GRÁFICA NO. 34



Análisis:

La gráfica muestra que el 93% se siente motivado a lograr las metas de productividad por los incentivos, mientras que el 7% por los reconocimientos.

Interpretación:

Se puede observar en esta gráfica que lo que les causa motivación para lograr las metas de productividad a la mayor parte de nuestra muestra son los incentivos económicos que les dan y solo una pequeña parte se siente motivado por los reconocimientos.

SUGERENCIAS

A LOS GERENTES:

- ❖ Perseverar en la búsqueda de una mayor motivación de los colaboradores y mejoramiento de su desempeño laboral, acercándose más a ellos para escucharlos y así obtener información de qué es lo que esperan de la empresa, si existe algo que les cause estrés, si se sienten cómodos en el área que laboran, etc.
- ❖ Mantener programas de integración en la empresa y actividades de participación donde se puedan escuchar las opiniones de los colaboradores, en aspectos relacionados con su trabajo y temas para los cuales estén capacitados.
- ❖ Brindar a los colaboradores más oportunidades de crecimiento profesional; permitiéndoles obtener nuevas experiencias, conocimientos y habilidades de esta manera aportarán sus experiencias y conocimientos dentro de la empresa incrementando la productividad.
- ❖ Implementar horarios flexibles para los colaboradores, y así no afectar su rendimiento.
- ❖ Realizar un estudio sobre las condiciones de trabajo y bienestar que ofrece a sus colaboradores a través de una encuesta, donde también puedan aportar sugerencias para mejorar el ambiente de trabajo.
- ❖ Implementar capacitaciones de formación al personal, para que obtengan las herramientas necesarias y se encuentren en capacidad de enfrentar los retos dentro de la organización.

- ❖ Elaborar programas de rotación, de esta forma, el colaborador se familiarizará con otras áreas de la empresa y orientará su desarrollo profesional y personal dentro de la misma.

A LOS COLABORADORES:

- ❖ Establecer buenas relaciones con tus compañeros de trabajo, y sus superiores, manteniendo una buena comunicación.
- ❖ Responsabilizarse en cada una de las tareas que le asignen, sin necesidad de que sus superiores tengan que recordarles todo lo que tienes que hacer.
- ❖ Comprometerse con la empresa, y no sólo ir a trabajar y hacer las cosas bien, es muy importante desarrollar un sentido de empatía y de pertenencia hacia la empresa para la cual se labora.
- ❖ Si tiene la oportunidad, expresar sus opiniones o sugerencias para mejorar el ambiente de trabajo.

PROPUESTA

IMPLEMENTAR UN PLAN DE INCENTIVOS NO ECONÓMICOS PARA MOTIVAR AL PERSONAL E INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD

Los incentivos son una de las mejores estrategias para motivar al personal y mejorar su productividad. En base a los resultados obtenidos, Coppel es una empresa donde la mayor parte de los colaboradores solo tienen una motivación media, así mismo en cuanto a los incentivos no económicos es casi nula, ya que la mayoría de los colaboradores indicó que se sentía motivado a lograr las metas por los incentivos económicos. Es por ello que consideramos importante hacer una propuesta de incentivos no económicos.

A través de la siguiente propuesta se pretende aumentar la motivación de los colaboradores y con ello su desempeño laboral.

Consiste en aplicar las siguientes estrategias de motivación:

❖ Entrega de reconocimientos en público:

Organizar reuniones con todo el personal para otorgar reconocimientos al colaborador con las mejores ventas en el mes, de igual manera a los colaboradores de diferentes departamentos que hayan tenido un buen desempeño para que el trabajador sienta que su trabajo es valorado y reconocido.

❖ **Tablero de reconocimientos de colaboradores**

Elaborar un tablero donde se coloque la foto del colaborador que tenga las mejores ventas en el mes, poniendo su nombre y con la frase colaborador del mes.

❖ **Elección de día de descanso adicional:**

Otorgar un día de descanso adicional, por cumplir con sus actividades tal como la empresa lo solicite. Y que además él pueda elegir el día que más le necesite.

❖ **Festejo de Cumpleaños:**

Hacer una lista de las fechas de cumpleaños de cada empleado, para no olvidar felicitarlos. Y sorpréndelos con un detalle; por ejemplo un pastel, permitiendo que se retire más temprano para pasar más tiempo ese día con su familia.

❖ **Facilidad de compras en la empresa**

Brindar a los colaboradores la facilidad de comprar productos en la tienda, por ejemplo; si es a crédito con intereses mínimos, y en compras de contado hacerles descuento.

❖ **Recibimiento y despedida**

Recibir al colaborador con una cálida bienvenida al inicio de sus labores y despedida al finalizar por el gerente o representante hacia el trabajador.

Estas estrategias deberán ser realizadas de manera continua, aunque con una prueba piloto de por lo menos 2 meses, para posteriormente evaluar el grado de motivación de los empleados y analizar si dan un efecto positivo.

CONCLUSIONES

Esta investigación se realizó con la finalidad de conocer la motivación del personal y el impacto que tiene en la productividad de una empresa, como administradores reconocemos el valor que tiene el capital humano en la empresa, y sabemos cómo este contribuye a lograr las metas de la empresa. Así mismo sabemos que la motivación es un conjunto de esfuerzos mediante los cuales el ser humano desempeña sus tareas para lograr una meta.

Por ello consideramos que en la actualidad la motivación tiene gran importancia en las empresas, y es uno de los pilares fundamentales para la transformación y desarrollo de la empresa.

Por tal motivo el objetivo de esta investigación fue determinar cuál es el impacto que tiene la motivación del personal en la productividad empresarial en Coppel S.A. de C.V. de Frontera Comalapa. Y así posteriormente poder crear una propuesta que ayude a incrementar la productividad en la empresa. Dicha propuesta se creó después del campo de investigación, ya que los resultados nos arrojaron que la motivación genera un impacto positivo en la productividad de la empresa.

La hipótesis fue “La motivación tiene un impacto positivo en la productividad empresarial a través del desempeño de los colaboradores”

Los resultados concluyentes más sobresalientes son:

- La mayor parte de los resultados obtenidos en nuestra investigación provienen de colaboradores que llevan dos años de laborar empresa y colaboradores que llevan ocho meses, y sus respuestas reflejan que si conocen la forma de trabajar de Coppel.
- En cuanto a las horas de trabajo al día, la mayoría de los colaboradores dijeron que trabajan ocho horas al día, sin embargo una pequeña parte de los colaboradores dijeron trabajar nueve y otros doce horas al día, tomando en cuenta que las condiciones laborales son un factor motivante, y dentro ellas están los horarios flexibles, consideramos que el trabajar muchas horas al día podría afectar el rendimiento de los colaboradores, esto puede notarse ya que la misma cantidad señaló no estar contento con su horario de trabajo.
- Respecto al puesto que ocupan en la empresa, cabe mencionar que los colaboradores encuestados fueron vendedores y promotores de ventas de diferentes departamentos, de los cuales todos respondieron que la motivación es muy importante en una empresa ya que influye en la productividad.
- La mayor parte de los colaboradores conocen que es la motivación, el desempeño laboral y la productividad empresarial, lo cual se refleja en sus respuestas, que son muy acertadas respecto al tema.
- Respecto a los factores para sentirse motivados en la empresa son el puesto de trabajo, ambiente de trabajo, condiciones laborales y la

autonomía y participación, pero entre ellos el más sobresaliente es el ambiente de trabajo, con lo que se puede comprobar que cada uno de los factores mencionados influyen en la motivación de los colaboradores y que no solo depende del sueldo asignado, sino también del estado del entorno en el que desarrollan sus tareas.

- En cuanto al factor de motivación puesto de trabajo; la mayor parte de los colaboradores se sienten cómodos en su área de trabajo por lo que siempre están motivados, sin embargo su nivel de motivación es media, ya que en ocasiones se sienten estresados. Por otro lado también consideran que Coppel les brinda la oportunidad de crecer profesionalmente.
- En cuanto a la autonomía y participación, la mayoría de los colaboradores sienten que pueden dar su opinión a sus superiores libremente pero solo algunas veces sus opiniones son tomadas en cuenta.
- Respecto al ambiente de trabajo, la mayoría de los colaboradores aseguran que reciben un buen trato por parte de sus superiores lo que contribuye a tener una buena relación con ellos, así mismo también mantienen una buena relación con sus compañeros.
- En cuanto a las condiciones laborales; los colaboradores si cuentan con prestaciones de ley, además ello la empresa implementa planes de incentivos económicos y no económicos como estrategias para motivar a los colaboradores, entre ellos los más sobresalientes son: las comisiones por ventas, los días de descanso, y los reconocimientos. Por otro lado

una tercera parte aproximadamente considera que su sueldo no está bien remunerado.

- Un dato muy interesante y preocupante fue que la mayoría de los colaboradores se sienten estresados en su trabajo.
- El desempeño de los colaboradores mejora cuando se sienten motivados, y el recibir un aumento de sueldo o algún incentivo contribuirá a esta mejora.
- Los colaboradores se sienten identificados con la misión, visión y objetivos de Coppel, esto es esencial para que los colaboradores se identifiquen con la cultura empresarial, a su vez esto permite que los empleados se sensibilicen con la empresa, asuman las metas como propias y actúen en beneficio de la empresa, esto puede notarse ya que el total de colaboradores dijo estar motivado a lograr las metas de productividad fijadas por la empresa, y una de las principales causas de su motivación hacia el logro de las metas, son los incentivos económicos y los reconocimientos por tener mejores ventas.

Los resultados globales de nuestra investigación nos indican que Coppel es una empresa que busca tener colaboradores motivados que den una buena atención a los clientes, e impulsar a su personal a que realicen bien sus actividades y con responsabilidad, por lo tanto, implementa estrategias para motivar a su personal, sin embargo la mayor parte de sus colaboradores tienen un grado de motivación media, a pesar de ello, se identifican con la misión, visión y objetivos de la empresa. La motivación del personal tiene un impacto positivo en la productividad empresarial a través del desempeño de los trabajadores, ya que la motivación mejora su desempeño laboral, y son ellos

quienes colaboran en gran medida al cumplimiento de las metas de productividad propuestas por la empresa, con su buen desempeño dentro de la misma.

BIBLIOGRAFÍA

- Adecco. (3 de 05 de 2019). Satisfacción laboral e impacto en la productividad. Recuperado el 14 de 05 de 2021, de <https://blog.adecco.com.mx/2019/05/03/satisfaccion-laboral-impacto-en-productividad/>
- Arroyo, D. (2014). LA MOTIVACIÓN. Recuperado el 23 de 05 de 2021, de <https://www.davidstreams.com/mis-apuntes/la-motivacion/>
- Barrios, J. (02 de Diciembre de 2018). Emprendices. Recuperado el 20 de 05 de 2021, de Origen, concepto y teorías sobre Motivación Laboral: <https://www.emprendices.co/origen-concepto-y-teorias-sobre-motivacion-laboral/>
- Bohórquez, E. (2020). La motivación y el desempeño laboral: el capital humano como factor clave en una organización. *Universidad y Sociedad*, 385-390.
- Bunge Arturo (1969), “Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa, guía didáctica”, Universidad Sur Colombiana, Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, Neiva, pp. 1-226.
- Cazau, Pablo, (2006) “Introducción a las ciencias sociales” Tercera Edición, Buenos Aires. (PP.194)
- Conexionesan. (09 de 09 de 2019). Motivación laboral: nuevas tendencias globales. Recuperado el 16 de 05 de 2021, de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2019/09/motivacion-laboral-nuevas-tendencias-globales/>
- Corcino, S. M. (2018). LA MOTIVACIÓN Y LA PRODUCTIVIDAD DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA ARCOR S.A - CHANCAY,. Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrión, 1-93.
- Cortés Manuel e Iglesias Miriam (2004), “Generalidades de la Investigación” Universidad Autónoma Del Carmen, México. pp. 1-105.
- Coworkingfy. (28 de DICIEMBRE de 2020). Motivación laboral | ¿Qué es y por qué es importante? Recuperado el 19 de 05 de 2021, de <https://coworkingfy.com/motivacion-laboral/>

- Danahe, M. H. (2016). Motivación del talento humano: La clave del éxito de una empresa. Recuperado el 26 de Mayo de 2021, de Revista investigación y negocios:
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_isoref&pid=S2521-27372016000100005&lng=es&tlng=es
- ENCICLOPEDIA ECONOMICA. (2018). Motivacion laboral. Recuperado el 16 de 05 de 2021, de <https://enciclopediaeconomica.com/motivacion-laboral/>
- Espitia, L. F. (2016). Guía para el fortalecimiento de las estrategias de motivación del talento humano (Documento de docencia N° 28). Bogotá: Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia.
- EXPANSIÓN. (15 de 09 de 2010). REVISTA DIGITAL. Recuperado el 05 de MAYO de 2020, de <https://expansion.mx/mi-carrera/2010/09/15/cuidado-con-la-desmotivacion-laboral>
- EXPANSION. (29 de 08 de 2011). REVISTA DIGITAL. Recuperado el 13 de 05 de 2021, de <https://expansion.mx/mi-carrera/2011/08/29/motivacion-laboral-mitos-y-realidades>
- FINANCIERO, E. (01 de AGOSTO de 2013). Recuperado el 16 de MAYO de 2021, de <https://www.elfinanciero.com.mx/archivo/motivado-por-tu-trabajo-solo-32-de-mexicanos-lo-esta/>
- Hernández Sampieri, Roberto, Fernández Collado, Carlos, Baptista Lucio, Pilar. (2006) "Metodología de la investigación", McGraw- Hill interamericana, México, DF. (PP.882)
- Maldonado, M. L. (2013). MOTIVACIÓN PARA MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD. Universidad Rafael Landívar, 1-172.
- Organización Internacional del Trabajo. (2016). Mejore su negocio: El recurso humano y la productividad.
- PageGroup, M. (2020). Estudio de remuneracion. MEXICO.
- Salazar, R. S. (2016). LA MOTIVACIÓN LABORAL EN EL SECTOR DE SERVICIOS . REVISTA EMPRESARIAL, ICE-FEE-UCSG, 1-6.
- Sanchez, L. (2010 de 01 de 2013). Emprendepyme.net. Recuperado el 13 de 05 de 2020, de La motivación laboral: <https://www.emprendepyme.net/la-motivacion-laboral.html>

Sanchez, L. (20 de 01 de 2013). Emrendepyme.net. Recuperado el 23 de 05 de 2021, de TIPOS DE MOTIVACIÓN: <https://www.emrendepyme.net/tipos-de-motivacion.html>

Startup Guide. (19 de 03 de 2019). Motivación de los empleados: mejora el clima de trabajo y aumenta los ingresos. Recuperado el 13 de 05 de 2021, de <https://www.ionos.mx/startupguide/productividad/motivacion-de-los-empleados/>

Stephen P. Robbins & Timothy A. (2009). COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL. MEXICO: PEARSON EDUCACIÓN.

Tamayo Mario. 1999. El proceso de la investigación científica” LIMUSA. 175p.

Tesselar. (2021). Factores que afectan la productividad. Recuperado el 13 de 05 de 2021, de <https://www.tesselar.mx/productividad/como-afecta-la-falta-de-productividad-a-una-empresa/>

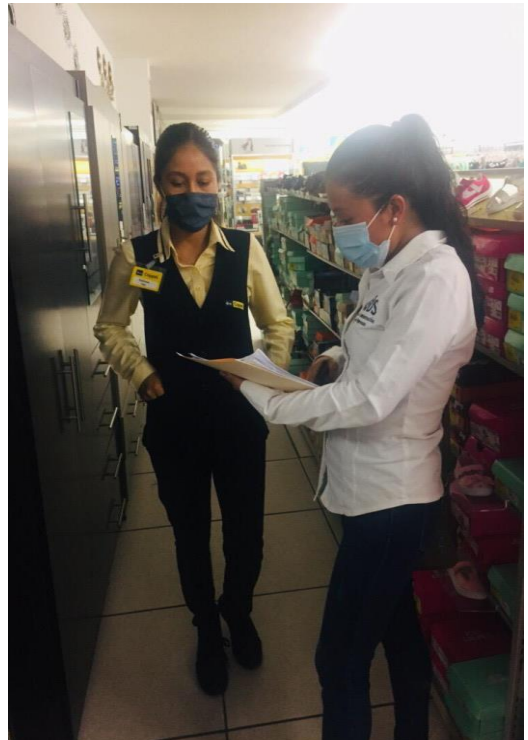
Torres, R. (10 de 05 de 2018). Recuperado el 16 de 05 de 2021, de Motivación laboral: ¿Por qué un equipo se desmotiva? causas y consecuencias: <https://fococonsultores.es/causas-y-consecuencias-falta-motivacion-laboral/>

Universiamx. (05 de 09 de 2013). Las empresas mexicanas ¿descuidan a sus empleados? Recuperado el 16 de 05 de 2021, de <https://www.universia.net/mx/actualidad/empleo/empresas-mexicanas-descuidan-sus-empleados-1047322.html>

ANEXOS

FOTOS TOMADAS POR LOS TESISISTAS EL 02 DE JUNIO DEL 2021







CUESTIONARIO PARA COLABORADORES

LA MOTIVACIÓN DEL PERSONAL Y SU IMPACTO EN LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL

Fecha: 02/06/2021 No: de Cuestionario 1

Instrucciones: A continuación le presentamos una serie de preguntas, le pedimos amablemente nos apoye en contestarlas con veracidad, hacemos de su conocimiento que la información obtenida será tratada con respecto y confidencialidad.

Lea cuidadosamente cada pregunta y subraye la respuesta que considere refleja mejor su situación.

I. DATOS PERSONALES

Edad: a) 18-23 años b) 24-29 años c) 30-35 años d) más

Sexo: a) masculino b) femenino

Escolaridad: a) primaria b) secundaria c) preparatoria d) universitario

II. DATOS DE SU PUESTO DE TRABAJO

Puesto que ocupa: Vendedor Electronica

Tiempo de laborar en la empresa: 2 años

Horas que trabaja al día: 8 horas

III. CONOCIMIENTOS SOBRE EL TEMA

1. ¿Sabe usted que es la motivación?

- a) Si
- b) No

Si respondió que sí, que es:

Implica estados internos que dirigen el organismo hacia metas o fines determinados

2. ¿Sabe que es el desempeño laboral?:

- a) Si
- b) No

Si respondió que sí, que es:

El rendimiento de un trabajador que refleja al momento de realizar las actividades que le corresponden en la empresa

3. ¿Sabe que es la productividad empresarial?

- a) Si
- b) No

Si respondió que sí, que es:

hace referencia al nivel de eficiencia que tienen los gastos invertidos por una empresa para desarrollar su actividad en relación a los ingresos recibidos

4. ¿Qué factor considera el más importante para sentirse motivado al desempeñar sus funciones dentro de la empresa?

- a) Puesto de trabajo
- b) Autonomía y participación
- c) Ambiente de trabajo
- d) Condiciones laborales
- e) Ninguno
- f) Otros _____

5. ¿Considera que la motivación es importante para una empresa

- a) Si
- b) No

6. ¿Cree que la motivación influye en la productividad empresarial?

- a) Si
- * b) No

IV. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA MOTIVACION

✚ Puesto de trabajo

7. ¿Se siente motivado en su trabajo?

- a) Siempre
- b) Algunas veces
- c) Nunca

8. ¿Cómo se siente emocionalmente en su trabajo?

- a) Feliz
- b) Angustiado
- c) Triste
- d) Preocupado
- e) Estresado

9. ¿Se siente cómodo en su puesto de trabajo?

- a) Siempre
- b) Algunas veces
- c) Nunca

10. Como colaborador, ¿En qué grado de motivación considera que se encuentra al desempeñar sus funciones dentro de la empresa?

- a) Bajo
- b) Medio
- c) Alto

11. ¿Cree usted que la empresa le proporciona oportunidades para crecer profesionalmente?

- a) Si
- b) No

✦ Autonomía y Participación

12. ¿Considera que puede dar su opinión libremente a cualquiera de sus superiores?

- a) Si
- b) No

13. ¿Considera que sus opiniones son tomadas en cuenta?

a) Siempre

b) Algunas veces

c) Nunca

✚ **Ambiente de trabajo**

14. ¿Cree usted que en la empresa existe buenas relaciones interpersonales entre sus compañeros y jefes de trabajo?

a) Si

b) No

15. ¿Recibe un buen trato de sus superiores?

a) Si

b) No

16. ¿Se estresa en su trabajo?

a) Siempre

b) Algunas veces

c) Nunca

✚ **Condiciones laborales**

17. ¿Considera que su sueldo está bien remunerado?

a) Si

b) No

18. ¿Se siente a gusto con su horario de trabajo?

a) Si

b) No

19. ¿Cuenta la empresa con prestaciones de ley?

- a) Si
- b) No

20. ¿Maneja la empresa algún plan de incentivos económicos o no económicos?

- a) Si
- b) No

21. ¿Cuáles son los incentivos económicos que le brinda la empresa?

- a) Aumento de sueldo
- b) Prestamos
- c) Comisiones por ventas
- d) Ninguno
- e) Otros _____

22. ¿Cuáles son los incentivos no económicos que la empresa le brinda?

- a) Viajes
- b) Reconocimientos
- c) Días de descanso
- d) Ninguno
- e) Otros _____

V. DESEMPEÑO LABORAL Y PRODUCTIVIDAD

23. ¿Cuando se siente motivado su desempeño laboral es mejor?

- a) Si
- b) No

24. ¿Considera que un aumento de sueldo, prestación económica aumentaría su desempeño laboral?

- a) Si
- b) No

25. ¿Se identifica usted con la misión, visión y objetivos de la empresa?

- a) Si
- b) No

26. ¿Cuenta la empresa con fijación de metas de productividad?

- a) Si
- b) No

27. ¿Se siente usted motivado a alcanzar las metas de productividad de la empresa?

- a) Si
- b) No

28. ¿Por qué se siente motivado a lograr las metas de productividad?

Por los incentivos (comisiones por ventas)

TRIPTICO ENTREGADO A LA MUESTRA

CLAVES PARA MANTENER LA MOTIVACION EN EL TRABAJO	CLAVES PARA MANTENER LA MOTIVACION EN EL TRABAJO	UDS Universidad del Sureste
<p>Permanentes</p> <ul style="list-style-type: none">•Ubicación acertada: se trata de ubicar a los empleados en los puestos adecuados según su perfil•Inducción: facilita la correcta incorporación de una persona a la organización•Metas: todo el equipo debe conocer las metas de una organización para un periodo determinado.•Reconocimiento: la acción o acciones tendientes a poner en evidencia el buen desempeño de las personas.•Participación: a través de consulta de opiniones y sugerencias, asignación de responsabilidades.	<ul style="list-style-type: none">•Evaluaciones periódicas y oportunas: para conocer y mejorar el rendimiento personal. <p>Periodales</p> <ul style="list-style-type: none">•Oportunidades de formación: permiten adquirir conocimientos y mantenerse actualizados, mejorando y enriqueciendo la experiencia y tareas del personal•Talleres y reuniones: son espacios creados para poner en práctica una serie de dinámicas diseñadas para orientar a los trabajadores hacia el crecimiento y desarrollo personal. <p>Estar motivado es una cuestión de actitud</p>	 <p>Motivación</p>
Mayo, del 2021.		

MOTIVACION LABORAL	TIPOS DE MOTIVACION LABORAL	IMPORTANCIA DE LA MOTIVACION LABORAL
<p>La motivación laboral es un aspecto que nunca debe faltar entre tus empleados. Supone un cambio cualitativo a la hora de llevar a cabo un trabajo, pero también como forma de mantener un ambiente agradable y proactivo.</p> 	<ul style="list-style-type: none">➤ Motivación extrínseca: esta se da cuando se trata de despertar el interés motivacional de la persona mediante recompensas externas, como por ejemplo dinero, ascensos, etc.➤ Motivación intrínseca: tiene que ver con la satisfacción que proporciona a tus empleados el trabajo por distintos factores: porque les ayuda a crecer, a desarrollar su creatividad➤ Motivación trascendente: es aquella que motiva a formar parte de algo, a implicarse con la misión de la empresa.	<p>La empresa es un ente que por si solo nunca puede alcanzar sus objetivos ya que siempre necesita personas que la ayuden a lograr sus metas.</p> 
<p><i>La productividad de una organización depende en gran medida del recurso humano</i></p>		