



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TESIS:

**LA MOTIVACION Y SU INFLUENCIA EN EL CLIMA
LABORAL DE LOS COLABORADORES EN EL ÁREA
DE VENTAS, DE TIENDAS EFE SEDE CHICLAYO,
2016**

**PARA OBTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN ADMINISTRACIÓN**

Autor (es):

**Bach. Ayala Enriquez Nancy Xiomara Lisseth Tiffany
Bach. Pérez Meza Adrián**

Asesor:

Dra. Gallo Gallo María del Socorro

Línea de Investigación:

Talento Humano Y Comportamiento Organizacional

**Pimentel – Perú
2017**

La motivación y su influencia en el clima laboral de los colaboradores en el área de ventas, de Tiendas EFE sede Chiclayo, 2016.

Dra. Gallo Gallo María del Socorro.
Asesora Metodóloga

Dra. Ramos Farroñan Emma Verónica
Presidente del jurado de tesis

Dr. Merino Núñez Mirko
Secretario del jurado de tesis

MBA. Otero Gonzales Carlos Alberto
Vocal del jurado de tesis

ÍNDICE

La motivación y su influencia en el clima laboral de los colaboradores en el área de ventas, de Tiendas EFE sede Chiclayo, 2016.....	ii
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCION.....	x
CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	xiii
1.1. Situación Problemática.....	17
Contexto Internacional:.....	17
Contexto nacional:	19
Contexto local:	21
1.2. Formulación del Problema.....	22
1.3. Delimitación de la Investigación	23
1.4. Justificación de la Investigación	24
1.5. Limitaciones de la Investigación.....	25
1.6. Objetivos de la Investigación	25
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	27
2.1. Antecedentes de estudios	27
Contexto internacional.....	27
Contexto nacional.....	28
Contexto local	30
2.2. Base teórica científicas.....	32
2.2.1. Motivación.	32
2.2.2. Clima laboral.	49
2.3. Definición de la terminología.	59
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	61
3.1. Tipo y diseño de la investigación	57
3.1.1. Tipo de investigación:.....	61
3.1.2. Diseñ de investigación:	61
3.2. Población y muestra.....	57
3.2.1. Población.....	61
3.2.2. Muestra	62
3.3. Hipotesis.....	58

3.4. Variables	58
3.4.1. Variable independiente: Motivación.	63
3.4.2. Variable dependiente: Clima Laboral.	63
3.5. Operacionalización	64
3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos	67
3.7. Procedimiento para la recolección de datos.	69
3.8. Análisis estadísticos para la recolección de datos	69
3.9. Criterios éticos.	70
3.10. Criterios de rigor científico	71
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	72
4.1. Resultados en tablas y gráficos	73
4.2. Análisis de Motivación según indicadores de la empresa Tiendas EFE sede Chiclayo, 2016.	74
4.3. Análisis del Clima Laboral según indicadores de la empresa Tiendas EFE sede Chiclayo, 2016.	78
4.4. Discusión de resultados.	112
CAPÍTULO V: PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN	1164
5.1. Título	1245
5.2. Introducción.	115
5.3. Justificación.	115
5.4. Objetivos.	116
5.5. Desarrollo de la propuesta.	116
5.5.1. Aspecto del plan.	116
5.5.2. Pasos para desarrollar el plan de motivación del área de ventas	117
5.5.3. Procedimientos para la eficiencia operativa del área de ventas.	117
5.5.4. Estrategia para el desarrollo del plan.	118
5.5.5. Desarrollo del plan de capacitación.	120
5.5.6. Cronograma y presupuesto de la propuesta.	121
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	12422
6.1. CONCLUSIÓN:	12423
6.2. RECOMENDACIÓN:	12524
REFERENCIAS	129
ANEXO N° 01	13131
ANEXO N° 02	13633
ANEXO N° 03	13645

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 4.1.1. Nivel del coeficiente de correlación de pearson de variable motivación y clima laboral.	73
Tabla 4.2.1. Nivel de Motivación de la empresa Tiendas EFE sede Chiclayo, 2016.	755
Tabla 4.2.1.1. Nivel de Motivación según la dimensión Motivación Intrínseca	766
Tabla 4.2.1.2. Nivel de Motivación según la dimensión Motivación Extrínseca.....	777
Tabla 4.2.2. Resumen de dimensiones.....	788
Tabla 4.3.1. Nivel de Clima Laboral en la Empresa Tiendas EFE sede Chiclayo, 2016.....	80
Tabla 4.3.1.1. Análisis del clima laboral según la dimensión Estructura	81
Tabla 4.3.1.2. Análisis del Clima laboral según la dimensión Responsabilidad	82
Tabla 4.3.1.3. Análisis del Clima laboral según la dimensión Recompensa	83
Tabla 4.3.1.4. Análisis del Clima laboral según la dimensión Desafío.	84
Tabla 4.3.1.5. Análisis del Clima laboral según la dimensión Relaciones.....	85
Tabla 4.3.1.6. Análisis del Clima laboral según la dimensión Cooperación.	86
Tabla 4.3.1.7. Análisis del Clima laboral según la dimensión Estándares	87
Tabla 4.3.1.8. Análisis del Clima laboral según la dimensión Conflicto.	88
Tabla 4.3.1.9. Análisis del Clima laboral según la dimensión Identidad	89
Tabla 4.4.1 Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.	92
Tabla 4.4.2. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.	93
Tabla 4.4.3. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.	94
Tabla 4.4.4. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.	95
Tabla 4.4.5. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.	96
Tabla 4.4.6. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.	97
Tabla 4.4.7. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.	968
Tabla 4.4.8. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.	979
Tabla 4.4.9. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.	100
Tabla 4.4.10. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.	101
Tabla 4.4.11. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.	102
Tabla 4.4.12. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.	103
Tabla 4.4.13. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.	104
Tabla 4.4.14. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.	105
Tabla 4.4.15. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.	106
Tabla 4.4.16. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.	107
Tabla 4.4.17. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.	108
Tabla 4.4.18. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.	110
Tabla 4.4.19. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.	111

Tabla 4.4.20. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.	112
Tabla 4.4.21. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.	113
Tabla 4.4.22. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.	114
Tabla 4.4.23. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.	115

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 4.2.1. Nivel de Motivación de la empresa Tiendas EFE sede Chiclayo, 2016.....	755
Figura 4.2.1.1. Nivel de Motivación según la dimensión Motivación Intrínseca	766
Figura 4.2.1.2. Nivel de Motivación según la dimensión Motivación Extrínseca.	777
Figura 4.3.1. Nivel de Clima Laboral en la Empresa Tiendas EFE sede Chiclayo, 2016...	80
Figura 4.3.1.1. Análisis del clima laboral según la dimensión Estructura de Tiendas EFE.	81
Figura 4.3.1.2. Análisis del Clima laboral según la dimensión Responsabilidad	82
Figura 4.3.1.3. Análisis del Clima laboral según la dimensión Recompensa	83
Figura 4.3.1.4. Análisis del Clima laboral según la dimensión Desafío.....	84
Figura 4.3.1.5. Análisis del Clima laboral según la dimensión Relaciones	85
Figura 4.3.1.6. Análisis del Clima laboral según la dimensión Cooperación.....	86
Figura 4.3.1.7. Análisis del Clima laboral según la dimensión Estándares	87
Figura 4.3.1.8. Análisis del Clima laboral según la dimensión Conflicto.....	88
Figura 4.3.1.9. Análisis del Clima laboral según la dimensión Identidad.....	89
Figura 4.4.1 Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.....	92
Figura 4.4.2. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.....	93
Figura 4.4.3. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.....	94
Figura 4.4.4. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.....	95
Figura 4.4.5. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.....	96
Figura 4.4.6. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.....	97
Figura 4.4.7. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.....	968
Figura 4.4.8. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.....	979
Figura 4.4.9. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.....	100
Figura 4.4.10. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.....	101
Figura 4.4.11. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.....	102
Figura 4.4.12. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.....	103
Figura 4.4.13. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.....	104
Figura 4.4.14. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.....	105
Figura 4.4.15. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.....	106
Figura 4.4.16. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.....	107
Figura 4.4.17. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.....	108
Figura 4.4.18. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.....	110
Figura 4.4.19. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.....	111
Figura 4.4.20. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.....	112
Figura 4.4.21. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.....	113

Figura 4.4.22. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo..... 114
Figura 4.4.23. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo..... 115

DEDICATORIA

Nuestra tesis la dedicamos a nuestro señor Dios quién supo guiarnos por el buen camino, darnos fuerzas para seguir adelante y no desanimarnos en los obstáculos que se presentaban, enseñándonos a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desanimarnos en el intento. También a nuestra familia ya que por ellos somos quienes ahora no nos damos por decaer. A nuestros padres por su gran apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarnos con los recursos necesarios para estudiar. Nos han dado todo lo que somos como personas, nuestros valores, principios, carácter, empeño, perseverancia y coraje para conseguir nuestros objetivos.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por permitirnos llegar a este periodo tan especial de nuestra vida. Por los triunfos y los momentos difíciles que nos han enseñado a valorarlo cada día más.

Agradecemos también la confianza y el apoyo brindado por parte de nuestros padres, que sin duda alguna en el trayecto de nuestra vida nos han demostrado su amor, corrigiendo nuestras faltas y celebrando nuestros triunfos; Quienes con sus consejos han sabido guiarnos para culminar nuestra carrera profesional y sabemos que están orgullosos de la persona en la cual nos hemos convertido.

Ah nuestro asesor y metodólogo que nos ayudaron con el desarrollo de nuestras tesis por su esfuerzo, dedicación, sus conocimientos, paciencia y su motivación han sido fundamental para nuestra formación como investigadores.

Gracias a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de esta Investigación

RESUMEN

El presente estudio realizado trata de demostrar la influencia que existe entre dos variables las cuales son la motivación y su influencia en el clima laboral, es común ver en Tiendas EFE manifestaciones negativas como la desmotivación laboral por parte de los colaboradores de dicha organización, reflejando así el poco compromiso social, influyendo en su desempeño y en el cumplimiento de funciones tales como llevar el objetivo principal de la organización. Por ello en el área de ventas de Tiendas EFE que es donde estamos realizando nuestra investigación según los trabajadores manifiestan no se sienten motivados por los siguientes acontecimientos: No reciben un sueldo fijo, este es por comisiones, manifiestan que las metas de ventas que se les pide son demasiado altas y a veces inalcanzable, surgen conflictos entre compañeros de trabajo por clientes. Nuestra justificación será llevando por la conveniencia, Relevancia social, Implicaciones prácticas, Valor teórico y Utilidad Metodológica. Los objetivos planeados son el analizar la influencia de la motivación sobre clima laboral en los colaboradores del área de ventas de Tiendas EFE- Sede Chiclayo, como específico es Medir el nivel de motivación en los colaboradores del área de ventas de Tiendas EFE- Sede Chiclayo, Diagnosticar el clima laboral que se genera en el área de ventas de Tiendas EFE- Sede Chiclayo y Proponer un plan motivacional para mejorar el clima laboral en el área de ventas de Tiendas EFE- Sede Chiclayo. El diseño de investigación que se utilizó es no experimental – tranversal correlacional. La población y nuestra muestra fue el área de ventas que cuentan con 27 trabajadores. Se utilizó las herramientas de recolección de datos fue encuestas y entrevistas, la herramienta para tabular fue el SPSS 21, y la investigación nos genera que existe correlación entre las dos variables.

Palabras claves: Correlación, Motivación, Clima Laboral, Influencia.

ABSTRACT

This study tries to show the influence between two variables which are motivation and its influence on the working environment, it is common to see in stores EFE negative manifestations such as labor motivation by employees of the organization, thus reflecting the little social commitment, influencing its performance and compliance functions such as keeping the main goal of the organization. So in the sales of EFE Stores that's where we are conducting our research as workers say they are not motivated by the following events: They do not receive a fixed salary, this is for commissions, state that the sales goals that were calls are too high and sometimes unattainable, conflicts between co-workers for customers arise. Our justification will be carried by convenience, social relevance, Practical implications, theoretical value, Utility Methodology. The planned objectives are to analyze the influence of motivation on employees working environment in the sales area of stores EFE- See Chiclayo, as a specific measure is the level of motivation in employees from the sales of stores EFE- See Chiclayo, diagnose work environment that is generated in the sales of EFE- Stores See Chiclayo and propose a motivational plan to improve the working environment in the sales of stores EFE- See Chiclayo. The research design was used is not experimental - tranversal correlational. And our sample population was the sales that have 27 workers. The data collection tools used was surveys and interviews, the tool for tabular was SPSS 21 and research generates us that there is a correlation between the two variables.

KEY WORDS: Correlation, Motivation, Working Environment Influence.

INTRODUCCION

El área de recursos humanos es la que se debe encargar de que su personal se encuentre motivado y que no existan conflictos entre ellos a través de la aplicación de un plan de motivación para que así los colaboradores se sientan impulsado a realizar sus labores con gran satisfacción, sin embargo no es así, la gerencia de recursos humanos no toma importancia de lo necesario que es motivar a los colaboradores de la organización y que como consecuencia conllevan a muchas debilidades que en conjunto desmotivan al trabajador a realizar sus actividades como deberían y por consecuencia no se logran los objetivos establecidos:

Por ello en el área de ventas de Tiendas EFE que es donde estamos realizando nuestra investigación según los trabajadores manifiestan no se sienten motivados porque existen metas casi inalcanzables, también sería el problema entre compañeros ya que no existe equipos de trabajo por ende el clima laboral no está siendo la correcta. Nuestra hipótesis es correlacional lo cual contamos con dos hipótesis que son el H_0 : La motivación no influye en el clima laboral en los colaboradores en el área de ventas, de Tiendas EFE sede Chiclayo y H_1 : La motivación si influye en el clima laboral en los colaboradores en el área de ventas, de Tiendas EFE sede Chiclayo. Nuestros objetivos planeados son el analizar la influencia de la motivación sobre clima laboral en los colaboradores del área de ventas de Tiendas EFE- Sede Chiclayo, como especifico es Medir el nivel de motivación en los colaboradores del área de ventas de Tiendas EFE- Sede Chiclayo, Diagnosticar el clima laboral que se genera en el área de ventas de Tiendas EFE- Sede Chiclayo y Proponer un plan motivacional para mejorar el clima laboral en el área de ventas de Tiendas EFE- Sede Chiclayo. Nuestra justificación será llevando por la conveniencia, Relevancia social, Implicaciones prácticas, Valor teórico, Utilidad Metodológica.

Existen niveles medios de motivación y esto indica que surgen situaciones que motivan e impulsan al colaborador a seguir trabajando, pero existen también elementos que afectan su motivación, uno de los principales es que sienten que no tienen oportunidad de poder ascender en la empresa, el cual es un gran obstáculo para que alcancen niveles altos de motivación.

Determinamos que las características que afectan el clima laboral son falta de motivación,

trabajo en equipo, reconocimiento por el trabajo realizado y no se fomenta la comunicación interna lo cual conlleva a no cumplir sus funciones con eficiencia.

Después de emplear la prueba de correlación C de Pearson se consiguió un resultado de 0.675, lo cual indica que existe una influencia significativa entre los niveles de motivación y clima laboral. Por lo que se debe realizar acciones para mejorar la motivación en los colaboradores y en consecuencia mejora el clima laboral en Tiendas EFE, Sede Chiclayo.

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Situación Problemática

Contexto Internacional:

Variable independiente: motivación.

Bakke (2012), el autor considera que, si la compañía no cuenta con presupuesto para poder ofrecer aumentos a sus colaboradores, debe ser creativo para lograr minimizar la rotación de empleados, debido a que es más rentable mantener al mismo personal que realizar nuevas contrataciones.

El autor propone cinco consejos para mantener motivados a los colaboradores: el primero es comunicarse con ellos ya que cuando el colaborador se siente realmente valorado por su jefe, suele desempeñarse mejor; el segundo es proponer un día de vestido casual porque esto incentivaría a los empleados y mejoraría la productividad, el tercero es ofrecer un premio “ Tu jefe hace tu trabajo” debido a que es una manera creativa para mantener al personal motivado; otra forma es ofrecer opciones de teletrabajo porque les ahorraría a los colaboradores tiempo y trabajo y por último ser parte de las actividades de camaradería, porque los colaboradores que mantienen relaciones interpersonales tienen más posibilidades de quedarse en la empresa.

Sueiro (2014), el autor considera 11 estímulos para el trabajo: 1. El porqué. Ya que empleamos al menos un tercio de nuestro día a trabajar, el colaborador debe percibir que su ocupación es importante ya que eso lo motiva. 2. El reconocimiento. Es importante que el trabajador reciba reconocimiento por su trabajo. 3. El equipo. Para esto debe haber un buen líder para que el mejor ambiente entre compañeros sobreviva. 4. El reto. Debe sentirse con nuevos retos para que así se sienta motivado a mejorar constantemente. 5. El dinero. Esto es muy importante ya que si falla difícilmente los estímulos intangibles cubren este error. 6. El tiempo. Se puede recompensar el trabajo según la necesidad del colaborador. 7. El error. “comete siempre nuevos errores”. 8. La seguridad. El trabajador que está con un contrato indeterminado no se siente preocupado. 9. El ejemplo. El trabajador excepcional es el motivador de primer

orden para los colaboradores. 10. La autosatisfacción. Esto depende de uno mismo. 11. El pasado, presente y futuro. Pueden convertirse en aliados de la motivación en el trabajo.

Hernández (2014), las empresas deben generar un adecuado clima laboral para que así impacte en todos los niveles de la organización de forma positiva en la productividad, para esto se debe generar el ownership entre los colaboradores para que se sientan pieza clave, significa que los colaboradores no solo deben estar presentes físicamente, también deben sentirse parte de la empresa, para que trabaje motivado.

Un ambiente laboral caracterizado por relaciones de alta confianza genera un espacio propicio para que el colaborador de los mejor de sí y trabaje con sentido de equipo.

Variable dependiente: clima laboral.

Aníbal (2015), manifiesta que los factores del clima laboral intervienen de manera directa en la conducta de los colaboradores, y dependiendo de sus capacidades, desempeño y relaciones se pueden ver afectados de manera negativa o positiva dentro de la empresa, por ello es de suma importancia mantener un equilibrio dentro de la empresa para garantizar un buen desempeño laboral.

El autor considera cuatro factores importantes para que exista un clima laboral favorable en las organizaciones: el primero es que exista una buena comunicación vertical como horizontal para que así los trabajadores se sientan informados de los acontecimientos que surgen dentro de la empresa; la segunda es el reconocimiento de trabajo ya que mayormente en las organizaciones hacen feedback a los trabajadores solo cuando hacen algo malo pero casi nunca reconocen lo bueno que hacen sin darse cuenta que esto crea un inadecuado clima laboral, viéndose afectado la productividad del colaborador; el tercer factor importante es el lugar de trabajo ya que si los colaboradores no se sienten cómodos en el lugar de trabajo esto trasciende negativamente en su rendimiento y en la calidad de su trabajo; y por último el estilo de liderazgo ya que si existe un líder autoritario que no cuenta con la opinión de sus empleados genera un clima laboral negativo, de desmotivación.

Carmen (2011), considera que es sumamente importante el clima laboral ya que de no existir un clima positivo dentro de la empresa generaría la insatisfacción de los colaboradores y como consecuencia a que no respeten la cultura organizacional, los valores el compromiso de los mismos y el respeto entre compañeros de trabajo.

El colaborador relaciona la motivación con la satisfacción en el trabajo, ya que la motivación depende del ámbito de trabajo o de la vida personal del colaborador, por lo que existe una relación entre la satisfacción en el trabajo, la motivación y las relaciones trabajo-familia.

Contexto nacional:

Variable Independiente: motivación.

Cabanillas (2011), manifiesta que cuando los trabajadores sienten que a la empresa no únicamente le preocupa aumentar su productividad, sino que también toman interés en mantener el talento humano en su empresa, motivándolos y generando el trabajo en equipo para que así puedan mejorar considerablemente la rentabilidad de la empresa.

Parillo (2016), el autor revela en su informe que existe una alta motivación en los colaboradores de Arequipa, pero un inadecuado clima laboral que ofrecen las compañías, no satisfaciendo las necesidades de los colaboradores, viéndose afectado el desempeño y ocasionando renuncias y sobre todo genera un impacto en la productividad regional.

Esto se midió por medio de tres variables: la primera es la necesidad de los trabajadores de estar bien remunerados (extrínseca). La segunda es la pasión y se refiere a que el trabajo que realice el colaborador sea de acuerdo a su gusto profesional (intrínseca). La tercera es la lealtad, que es la necesidad de ser leal a la empresa (trascendente).

Variable Dependiente: clima laboral.

Ríos (2013), considera que, si está interesado en iniciar una empresa o pretende aumentar

la productividad de la misma, debe darle la misma importancia a la relación que establezca con los colaboradores que a la fidelización con sus consumidores.

Si usted está a cargo de alguna empresa debe considerar que el capital humano es la pieza clave de su empresa, no solo se basa en los aumentos salariales también pueden hacerse reconocimientos en la empresa para que así los trabajadores produzcan más, además debe generar confianza entre sus colaboradores o actividades grupales para que así exista un buen clima laboral dentro de la empresa.

Huaman (2015), considera que es importante que las personas ocupan más tiempo en el trabajo se sientan satisfechos en este.

Es por ello que son más las compañías que hoy en día se preocupan por que los colaboradores se sientan en un clima laboral agradable y motivante ya que les garantiza la retención de talentos o al menos reducir el nivel de rotación.

El primer paso para un buen clima laboral es diagnosticarlo para tener datos del nivel de satisfacción de los colaboradores, el siguiente paso es gestionar el clima y reducir aquellos aspectos en los que el trabajador se sienta insatisfecho.

El error de muchas organizaciones es que consideran la evaluación del clima laboral como algo que se debe realizar anualmente y no se enfocan en gestionar e implementar planes de acción para mejorarlo, también creen que es un presupuesto elevado, pero existen formas bastante económicas de motivar a los colaboradores y mantenerlos satisfechos.

Francia (2016), el autor manifiesta que actualmente los jóvenes prefieren trabajar en una organización en la que exista un buen ambiente de trabajo ya que esto es primordial para ellos y de esto depende su desenvolvimiento. Además según un estudio siete de cada diez graduados optan por trabajar en una compañía que les proporcione un adecuado ambiente de trabajo, así tengan un sueldo menor al promedio y esto es muy cierto los egresados buscan organizaciones en las que exista un clima laboral agradable, en el que les permitan crecer e impacte de manera positiva en lo que hacen, ya que por el contrario si trabajan en una organización que tiene un inadecuado clima laboral no importa si ganan más dinero suelen estar tensos y estresado y creen que no vale la pena.

Los jóvenes toman en cuenta el tipo de empresa al que van a pertenecer y consideran 11 señales para determinar si en la organización existe un buen ambiente de trabajo estos son: las personas hacen fila para unirse a su grupo, la rotación es baja, el chisme no se tolera, liderazgo lateral, el equipo se entusiasma con las nuevas misiones, no es un solo trabajo, el equipo es más importante que las tareas, las personas están sonriendo, el miedo está descartado, la comunicación es fuerte, el cambio es bienvenido.

Contexto local:

Tiendas Efe fue constituida en 1966 como una subsidiaria del Grupo Ferreyros. En 1993 la Empresa fue adquirida por sus actuales accionistas al Grupo Ferreyros.

Tiendas Efe es la cadena de venta de electrodomésticos más antigua del norte del Perú cuyo mercado objetivo está conformado básicamente por hogares pertenecientes a los segmentos socioeconómicos C y D.

Su principal actividad es la venta de artefactos electrodomésticos, equipos de cómputo y de telefonía celular. Además, el negocio de tiendas Efe comprendía una parte financiera que le genera ingresos por las ventas al crédito. Tiendas Efe mantuvo el negocio financiero sólo hasta abril de 2004, año en que adquirió Ed pyme Efectiva¹ la que actualmente se mantiene como brazo financiero de la Empresa. Cabe mencionar que los accionistas de Efectiva son los mismos accionistas de tiendas Efe, en las mismas proporciones.

En Tiendas EFE existen constantes manifestaciones negativas como la desmotivación laboral por parte de los colaboradores de dicha organización, reflejando así el poco compromiso social, influyendo en su desempeño y en el cumplimiento de funciones tales como llevar el objetivo principal de la organización.

La gerencia de recursos humanos es la que se debe encargar de que su personal se encuentre motivado y que no existan conflictos entre ellos a través de la aplicación de un plan de motivación para que así los colaboradores se sientan impulsado a realizar sus labores con gran satisfacción, sin embargo no es así, la gerencia de recursos humanos no toma importancia de lo necesario que es motivar a los colaboradores de la organización y que como consecuencia

conllevan a muchas debilidades que en conjunto desmotivan al trabajador a realizar sus actividades como deberían y por consecuencia no se logran los objetivos establecidos:

Por ello en el área de ventas de Tiendas EFE que es donde estamos realizando nuestra investigación según los trabajadores manifiestan no se sienten motivados por los siguientes acontecimientos:

No reciben un sueldo fijo, este es por comisiones.

Manifiestan que las metas de ventas que se les pide son demasiado altas y a veces inalcanzable.

Surgen conflictos entre compañeros de trabajo por clientes.

No existe la posibilidad de poder ascender dentro de la empresa.

No les brindan facilidades para poder llevar algunos cursos para que estos puedan superarse.

Es por ello que se elaborara una propuesta de un plan motivacional que llevara a la mejora en el rendimiento y la eficacia de sus labores a realizar, además de mejorar el clima laboral dentro del área de ventas de Tiendas EFE.

1.2. Formulación del Problema

¿De qué manera influye la motivación en el clima laboral de los colaboradores en el área de ventas de Tiendas EFE - Sede Chiclayo, 2016?

Formulación de problemas específicos.

¿Se está llevando a cabo un plan motivacional dentro del área de ventas de Tiendas EFE- Sede Chiclayo?

¿Existe un adecuado clima laboral en el área de ventas de Tiendas EFE- Sede Chiclayo?

¿Si se propone un plan motivacional, el clima laboral mejoraría?

1.3. Delimitación de la Investigación



La investigación realizada se llevó a cabo en Tiendas EFE- Sede Chiclayo, su dirección es: Av. Luis Gonzales 1313, Cruce con Av. Pedro Ruiz, Chiclayo 14001, el horario de trabajo es de 9:30 de la mañana hasta las 9 de la noche, la organización de Tiendas EFE su actividad económica son las ventas de mercaderías principalmente artefactos electrodomésticos, equipos de cómputo, línea blanca como las lavadoras refrigeradoras y de telefonía celular entre otras; con la investigación realizada obtendremos si se lleva a cabo una influencia de la motivación en el clima laboral pues específicamente lo hemos realizado en el área de ventas, que dicha área cuenta con 27 colaboradores y esta área tienen dos diferentes de modalidad de trabajo que consiste en el enviar la mitad de trabajador a campo y la otra mitad trabaja en tienda ya que con esto puede facilitar en las ventas de cada colaborador porque ellos no cuentan con sueldo fijo sino que ellos son pagados por comisiones de ventas, se contó con la ayuda del gerente de tienda el señor Manuel Peña que nos brindó la información requerida y por parte de los colaboradores a través de las encuestas nos permitieron identificar cuáles son sus opiniones con respecto al tema.

1.4. Justificación de la Investigación

El presente estudio permitirá indagar la influencia de la motivación en el clima laboral en los colaboradores del área de ventas de Tiendas EFE- Sede Chiclayo.

Se considera necesaria la investigación porque actualmente en el área de ventas de Tiendas EFE- Sede Chiclayo no existe un adecuado clima laboral y con la investigación se pretende proponer aportes y recomendaciones que contribuyan a mejorar el clima laboral considerando que si mejora el desempeño de los colaboradores se ve reflejado en la eficiencia y eficacia en el desarrollo de sus labores.

Por ello, la presente investigación tiene relevancia:

Conveniencia: Esta investigación es conveniente para la organización y es muy importante ya que esto servirá para aumentar el rendimiento en los colaboradores porque el tenerlo motivación generará al cumplimiento de las metas y por ende trae consigo un buen clima laboral.

Relevancia social: Esta investigación permitirá reforzar aquellos elementos que estén generando un inadecuado clima laboral y así mejorar de forma eficiente el desempeño de los colaboradores del área de ventas de Tiendas EFE- Sede Chiclayo y beneficiar a los usuarios a través de un buen servicio brindado.

Implicaciones prácticas: Esta investigación ayudará a resolver un problema real, que es la falta de motivación en los colaboradores del área de ventas de Tiendas EFE- Sede Chiclayo que trae consigo un clima laboral inadecuado, por eso esto servirá para mejorar el rendimiento de los colaboradores mediante la implementación de un plan motivacional.

Valor teórico: Esta investigación propuesta busca llenar vacíos en la falta de conocimientos a través de las teorías que utilizaremos en el estudio, en nuestra variable independiente “la motivación” tendremos la teoría del autor Pérez, J. y por la otra parte en nuestra variable dependiente será clima laboral el cual utilizaremos la teoría de Litwin y Stringer. Los resultados e información obtenidos serán útil porque nos servirá para desarrollar la investigación, y podremos concluir sí o no existe una relación entre nuestras variables y también el sugerir las soluciones pertinentes hacia el problema como ideas e hipótesis para futuros estudios.

Utilidad Metodológica: La investigación a realizar nos arrojará los resultados del estudio de la motivación y la influencia en el clima laboral, lo cual servirán de base para la

realización de futuras investigaciones que se podría dar en el área de ventas de Tiendas EFE- Sede Chiclayo.

1.5. Limitaciones de la Investigación

La realización de la investigación es sobre la influencia entre la motivación en el clima laboral tuvo algunos inconvenientes, uno de los casos fue la demora en la aplicación de la encuesta hacia los colaboradores del área de ventas, ya que el motivo por el cual surgió estos detalles fue porque constantemente se encontraban haciendo trabajo de campo y eso generó que hubiera un retraso en la obtención de información.

Y por último uno de los puntos más fuertes que resulta de suma importancia en la investigación es fue causado por la falta de veracidad por parte del apoyo de algunos colaboradores del área de ventas, por el mismo hecho que ellos se encontraban preocupados por sus respuestas futuras ya que pueda generar como buena o mala impresión por parte de su jefe actual.

1.6. Objetivos de la Investigación

Objetivos generales

Analizar la influencia de la motivación sobre clima laboral en los colaboradores del área de ventas de Tiendas EFE- Sede Chiclayo.

Objetivos Específicos

Medir el nivel de motivación en los colaboradores del área de ventas de Tiendas EFE- Sede Chiclayo.

Diagnosticar el clima laboral que se genera en el área de ventas de Tiendas EFE- Sede Chiclayo.

Proponer un plan motivacional para mejorar el clima laboral en el área de ventas de Tiendas EFE- Sede Chiclayo.

CAPÍTULO II:

MARCO METODOLÓGICO

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudios

Contexto internacional

Castilla & Padilla (2011). **Cartagena. En su tesis, “Clima organizacional con relacion a la motivacion y la calidad de vida laboral en los empleados de la E.S.E. Hospital Local Arjona”**, con el objetivo de indagar la relación que existe con la motivación y el clima organizacional de los trabajadores concluyeron que los trabajadores del Hospital Local Arjona están propensos a un clima laboral favorable en el cual se pueden desarrollar de manera personal, profesional e intelectual y así logren desarrollar sus actividades de una manera óptima y a que se sientan seguros y satisfechos del trabajo que desempeñan.

El grado de motivación que tienen los trabajadores del Hospital es satisfactorio ya que las relaciones laborales que surgen son basadas en una buena comunicación y además compañerismo, ellos desempeñan una labor que les ha permitido adquirir nuevos conocimientos y mejorar sus relaciones interpersonales por medio de las charlas que brinda la empresa.

Pineda & Godínez (2011). **Guatemala. En su tesis, “La motivacion y el clima organizacional de los trabajadores de la Inmobiliaria el Paradise”**, según los autores consideraron motivo de estudio la motivación y el clima organizacional en la Inmobiliaria el Paradise para poder conocer si en la empresa se produce un clima favorable o desfavorable, para realizar esta investigación se aplicó encuesta y entrevistas cerradas a los miembros de la organización. Al recolectarse la información se concluyó que mientras más motivados estén los trabajadores, rinden mejor y por consecuencia el clima es agradable y placentero. Además, los colaboradores se mostraron dispuestos a colaborar y reflejaron que se desenvuelven en un ambiente satisfactorio y lleno de entusiasmo.

Chipugsi & Edison (2012). **Guayaquil. En su tesis, “La motivación como estrategia de aprendizaje en el desarrollo de competencias comunicativas de los estudiantes d I-II nivel de ingles del convenio Héroes del CENEPa_ESPE de la ciudad de Quito en el año 2012”**,

considera que son escasos los que verdaderamente realizan estudios por obtener un nuevo idioma, la mayor parte solo lo hace porque es un requisito para poder graduarse en las carreras que ofrece la ESPE.

El docente debe realizar prácticas en las cuales motive al estudiante a relacionarse con el idioma para que les permita tener un mejor proceso de las habilidades comunicativas y también deben incentivarlo en clase para que su proceso de aprendizaje se vea afectado positivamente y por tanto se recomienda a los profesores que manejen estrategias de motivación a sus estudiantes antes, durante y después de las clases para que el estudiante tenga interés en aprender.

Lopez & Maria, (2011). **Pereira. En Su Tesis “Análisis del ciclo motivacional en las personas vinculadas a cooperativas de trabajo asociado y Asprosalud en la ciudad de Pereira”**, las compañías deben tomar importancia a la motivación de sus colaboradores, ya que un colaborador motivado incrementa el rendimiento y el servicio que ofrece a los clientes. Por lo tanto, deben plantear estrategia para poder beneficiarse.

Para incrementar la motivación se debe tener en cuenta a la persona y saber cuáles son los objetivos que desea lograr, es decir, conocer cuál es la percepción de cada colaborador dentro de la empresa y saber lo que desea obtener como recompensa.

Betancur & Becerra (2013). **Pereira. En Su Tesis, “Medición del clima organizacional a los colaboradores de Media Commerce Partners S.A.S Pereira”**, para fortalecer el clima laboral que tiene la empresa consideran que se debe tener cuidado en el manejo de las comunicaciones internas de la empresa, para manejar información importante para el mejor desenvolvimiento de las labores, además existe una inconformidad por parte de los colaboradores con respecto al incentivo económico que reciben, lo que no permite alcanzar mejores resultados.

Contexto nacional

Gutiérrez & Walter (2013). **Lima. En su tesis, “Motivación y satisfacción laboral de los obreros de construcción civil: bases para futuras investigaciones”**, el autor realizó un diagnóstico del contexto en el que se desarrolla este sector además de los principales factores

motivadores que estarían afectando la satisfacción laboral de los obreros de construcción, en su investigación hallaron deficiencia en los factores externos e internos. El único factor que describen como positivo es el ambiente social entre los colaboradores.

Subauste (2013). **Chimbote. En su tesis, “Clima laboral en el area de atencion al cliente de EMAPA Cañete S.A. 2013- San Vicente de Cañete”**, el autor considera que existe una relación entre la calidad de servicio que ofrece la empresa y el clima organizacional, además en la empresa donde realizaron su investigación existía un adecuado clima organizacional debido a que tienen especificado las funciones que realiza cada colaborador y existe un trabajo en equipo. Se pudo concluir también que debido al constante cambio de gerentes y contratación de trabajadores sin previa evaluación, no existe una cultura en la empresa.

Alvitez & Ramirez (2013). **Trujillo. En su tesis, “Relacion entre el programa de compensacion e incentivos y la motivacion en los empleados de la empresa del Grupo Almer, Trujillo- 2013”**, se pudo identificar que existe una relación directa entre el programa de incentivos y compensación de la compañía con la motivación de los trabajadores, ya que si los incentivos son mayores el nivel de motivación aumenta, los colaboradores valoran mucho la retribución económica, por lo que elaboraron una propuesta basada en el programa de incentivos para mejorar la remuneración de los colaboradores previamente evaluando las metas logradas y las actividades del área en el que se desempeñan.

Perez & Rivera (2013). **Iquitos. En Su Tesis, “Clima organizacional y satisfacción laboral en los trabajadores del Instituto de Investigaciones de la Amazonia Peruana”**, los autores perciben que los colaboradores se involucran en el trabajo comprometiéndose a superar los diversos obstáculos, y confiando en que se mejore el método de trabajo, además consideran que los jefes confían en sus colaboradores delegándole funciones de acuerdo a las necesidades, en lo que respecta a comunicación consideran que pueden expresarse sobre sus necesidades y competencias dentro de la empresa.

Gonzales Alva (2014). **Lima. En Su Tesis, “Gestión del desempeño y motivación de los trabajadores de una empresa automotriz”**, considera que los niveles de motivación de los

trabajadores del área de mantenimiento y servicios no son los adecuados, debido a que para el sector de servicio automotriz “la motivación ejercida por sus compañeros de trabajo”, “los incentivos no monetarios”, “la autoridad para tomar decisiones” y “el ambiente laboral” son positivos. Mientras que para el sector de planchado y pintura estos indicadores son negativos.

Considera que la mala gestión del desempeño ha influido de manera negativa en la motivación de los trabajadores.

Contexto local

Valdivia & Vera (2012). **Chiclayo. En su tesis “Motivación personal y rendimiento laboral de la empresa Inversiones Dc S.R.L en la ciudad de Chiclayo, 2012”**, concluyen que el grado de influencia de la motivación en el desempeño laboral de la empresa INVERSIONES DC S.R.L. es bajo, de acuerdo a los resultados del estudio ($p>0.05$). La falta de motivación es debido al desinterés en las labores y solo consideran sus remuneraciones. Además, consideran que los factores que influyen en la motivación y en el desempeño laboral en la empresa Inversiones DC S.R.L. son en la motivación es la estabilidad laboral, mientras que en el desempeño laboral es el ambiente organizacional.

Guevara & Menacho (2014). **Chiclayo. En su tesis, “Propuesta de plan de mejora del clima laboral en las agencias de Mibanco zona Chiclayo 2014”**, los autores manifiestan que el clima actual en la empresa Mibanco agencia Chiclayo es buena ya que hay oportunidades de crecimiento para los trabajadores, las actividades que realizan dentro de la empresa permiten que los colaboradores aprendan constantemente y de todos los trabajadores el 88% se siente un factor clave para el éxito de la empresa, sin embargo también hay factores que deben mejorar en la empresa ya que representan un problema para mejorar el clima laboral, uno de ellos es que los supervisores no brindan apoyo a los trabajadores para supervisar los obstáculos y los trabajadores manifiestan que no se fomenta la comunicación interna en la organización.

Romero (2013). **Chiclayo. En su tesis, “Programa de desarrollo profesional para mejorar la motivación laboral en la Municipalidad de Jose Leonardo Ortiz”**, los autores pudieron identificar que no existe un programa de desarrollo profesional para que mejore la

motivación laboral en la Municipalidad de José Leonardo Ortiz, sin darse cuenta que esta es una herramienta de gestión importante porque permite el desarrollo de actividades organizacionales además de gestionar los recursos humanos para el desarrollo profesional en la municipalidad, la Municipalidad tampoco cuenta con planes formalmente establecidos en los cuales el trabajador tenga oportunidades de aprendizaje, promoción y actualización del desarrollo de carrera en la organización.

Concluyeron que la característica del trabajador de la Municipalidad en su gran mayoría carece de motivación y por consecuencia no desarrolla en mayor grado sus capacidades y necesidades, además el trabajo que realizan es rutinario y se realiza en ocasiones una retroalimentación por el desempeño en el trabajo, lo cual dificulta que se desarrollen en un ambiente que motive al trabajo en equipo y el logro de objetivos institucionales y por consecuencia de las deficiencias encontradas anteriormente se cree necesaria la elaboración de un programa de desarrollo profesional para mejorar la motivación laboral en la institución.

Urbina & Monteza (2014). **Chiclayo. En Su Tesis, “Diagnostico y propuesta para mejor Clima organizacional en la empresa NY Ingeniería S.A.C ubicada en la ciudad de Chiclayo”**, el clima organizacional se encuentra en un nivel bajo, es decir que es negativo para la organización.

En cuanto a la dimensión Autorrealización, el clima organizacional existente en la empresa NY Ingeniería S.A.C ubicada en la ciudad de Chiclayo, se encuentra en un nivel bajo, es decir que es negativo para la organización.

Se elaboró una propuesta para mejorar los resultados obtenidos en los indicadores y las dimensiones que se encuentran en un nivel bajo e inclusive muy bajo o en todo caso, por necesidades de la organización requieren de una urgente intervención por parte de la misma para mejorar su productividad, sustentada en la búsqueda del óptimo clima organizacional.

Vargas & Del Rosario (2015). **Chiclayo. En su tesis, “Influencia de la satisfacción laboral en el clima organizacional en la I.E. Sara Antonieta Bullon”**, al medir el clima organizacional de la I.E. “Sara A. Bullón” de Lambayeque, se concluyó que “más de $\frac{3}{4}$ del personal encuestado describe el clima de su organización como un sistema consultivo; que, aunque es un clima aceptable, puede ser mejorado y llegar a ser un clima de participación en

grupo, con mayor comunicación, dinamismo, etc”.

Por último, y como conclusión general, la influencia de la satisfacción laboral en el clima organizacional de la I.E. “Sara A. Bullón” se da de forma positiva ($r = 0.452$), pero en un pequeño porcentaje (20.39%), por lo que debe tenerse en cuenta otros factores que afectarían al correcto desarrollo del clima organizacional de la institución mencionada anteriormente.

2.2. Base teórica científicas

2.2.1. Motivación.

El autor Perez (1994), considera que en la motivación interfieren dos factores que en consecuencia produce el actuar de cada persona, estos se clasifican en dos tipos dependiendo de su origen y destino: motivación intrínseca y motivación extrínseca. Dichos factores permiten entender el cómo se motiva a los colaboradores. Por ello más adelante nos enfocaremos en estos tres tipos de motivación.

Las teorías sobre el proceso de la motivación no siempre toman en cuenta a la persona y en su mayoría lo relacionan solamente con las necesidades. Una de las teorías más populares es la de Maslow (1943), “muy aprobada por su sencillez y se basa en las necesidades de los individuos; clasificándolas como básicas a las fisiológicas, las sociales y de seguridad, y a las de estima y autorrealización como superiores”.

Por ello los seres humanos, según Reeve (1994), poseen diversos motivos que estimulan la conducta; es más, unos autores alegan que “la conducta no la provoca nunca un solo motivo, sino que está en función de una pluralidad de motivos dominantes y subordinados que actúan juntos en forma compleja”; además podemos decir que concurren individuos que su motivación no depende únicamente de ellas mismas, sino de sus superiores jerárquicamente y su ambiente social y profesional.

Resulta de gran importancia tomar la definición de Stoner & Freeman (1996), que nos dice que la motivación es la “influencia que tiene sobre la conducta de las personas, basado en el concepto de que: Hace que la gente funcione”. Por lo que la motivación es

importante ya que hace que las personas alcancen sus objetivos individuales, pero en el caso de una empresa se enfoca en el logro de los objetivos de la organización proyectados, primero deben de tener conocimientos esenciales sobre el hábitat humana, como: ¿Qué es lo que motiva a un individuo a trabajar intensivamente? ¿Qué es lo que un individuo anhela o requiere lograr en el trabajo? Y una vez encontradas las contestaciones a las interrogaciones, se podrá plantear un método de recompensas apto de compensar estos deseos y necesidades. Los ejecutivos de una organización tienen conocimientos y opiniones muy definidas sobre qué es lo que conmueve a los individuos y como ocurre respecto a todos los demás aspectos de nuestra vida.

Por lo que podemos decir que la motivación es un factor que se realimenta con la aportación de todos. Lo cual para el autor Bateman & Snell (2004), “la motivación es el conjunto de fuerzas que llenan de energía, dirigen y sostienen los esfuerzos de una persona”

Así mismo Chiavenato (2002), nos menciona que la motivación varía entre las personas y en una misma, y que esto ocurre debido al momento y a la situación; también hacen mención de que existen tres elementos fundamentales a la hora de motivar a los empleados, que son: Los esfuerzos, los cuales deben estar canalizado a lograr las metas de la empresa; los objetivos, que son los que deben de guiar el comportamiento de los empleados; y las necesidades, las cuales provocan un estado de tensión en los empleados, que deben de satisfacerse para disminuir ese estado.

De otro lado Urcola (2003), indica que “motivar es mover a un individuo a cumplir algo que queremos que haga, mientras que motivación es el contexto emocionalmente positivo, que causa un sujeto, cuando existe un incentivo que le compensa una necesidad y genera desarrollar una conducta definitiva. Pero las personas somos muy diferentes y no nos mueve a todos lo mismo. ¿Qué mueve a las personas? En primer lugar, nos mueve el interés, la perspectiva de lograr algo que nos interesa; nos mueve también el miedo, la preocupación de pedir algo que valoremos y apreciemos; nos mueve el reto, el interés por lograr algo que nos estimula y deseamos conseguir aunque no suponga un beneficio inmediato o directo; y finalmente nos mueve los compromisos, los valores, las creencias que uno tiene por lo que está dispuesto a luchar”.

Profundizando en el tema encontramos que para Kinichi & Kreitner (2003), alega que “la motivación son los métodos psicológicos que producen el direccionar, el despertar, y persistencia de acciones voluntarias y orientadas a objetivos”. Los administradores deben concebir esos métodos psicológicos para obtener el éxito y guiar a los empleados hacia el logro de los objetivos organizacionales determinados.

Según Ferreiro & Alcázar García (2003), nos dice que la motivación “es el impulso a actuar para lograr satisfacciones”. Es lo mismo decir que es la valoración de la acción antes de realizarla. Algo significativo que debemos trazar, es que la motivación no se caracteriza como un rasgo particular, sino por la interacción de los sujetos y el contexto. Sin embargo, Robbins (2004), nos dice que se logra concebir a la motivación como aquellos “procesos que dan cuenta de la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo del individuo para conseguir una meta”. Esta definición tiene tres elementos primordiales: intensidad, esfuerzo y persistencia. La intensidad radica en la medida de esfuerzo que el sujeto utiliza para triunfar en su objetivo. Este esfuerzo corresponderá en canalizarse en la orientación de la meta ansiada. La persistencia se reseña a la medida del tiempo en que un individuo mantiene dicho esfuerzo.

Y por último podemos tomar en cuenta también al autor Amorós (2007), ya que nos dice que, “la motivación son las fuerzas internas o externas que actúan sobre un individuo para, que tomen un comportamiento requerido y que logren cumplir con las metas de la organización”.

Motivación extrínseca:

La motivación extrínseca es importante porque tienen mucha influencia en el trabajador, ya que depende a las cosas materiales que posea, se va sentir más motivado con la realización de su trabajo.

Según el autor Pérez (1996), en su documento Introducción a la dirección de empresas. La empresa: organización humana, nos dice que dicha “motivación extrínseca tiene el criterio de la eficiencia ya que es el más intuitivo de los tres motivos por lo tanto es más fácil de entender y el que menos discusión puede generar”. Está ligado con la reacción del otro

individuo, es decir, el efecto de la acción la que no depende de nosotros. Por eso nos da a conocer que la motivación extrínseca es aquel impulso que estimula a la persona a ejecutar una acción debido a los premios (o sanciones) unidos a la ejecución de la labor; lo cual viene a ser una situación asignada desde el exterior que el individuo alcance aquello que en el fondo lo motiva.

Por ello dentro de la motivación extrínseca se considera el salario que es un incentivo, que impulsa al mejor desempeño del trabajador en la empresa, ya que estos necesitan sentirse motivados para realizar sus tareas y que mejor ofreciéndoles un salario atractivo que pueda solventar y cubrir sus necesidades, generando la satisfacción de los empleos. De igual manera se consideran las bonificaciones e incentivos, que según Chiavenato (2000), una bonificación es un pago concedido por logra o superar algún nivel fijado de rendimiento o de resultado y se suele expresarse como un porcentaje del salario fijo del trabajador, que garantiza un incentivo o motivación para lograr que los trabajadores se esfuercen por cumplir objetivos y además sobrepasarlos; ya que se fijaran cada vez metas más altas, que requieren esfuerzos, eso les permitirá pensar en grande. De otro lado los beneficios son considerados como parte de este componente extrínseco. Estos son por ejemplo las vacaciones, la compensación por el tiempo de servicio, horarios flexibles de trabajo, etc.

Es por eso que la motivación extrínseca se da externamente del individuo. El dinero es la muestra más clara, como también son motivaciones extrínsecas la coacción y el chantaje de sanción. En el juego, la muchedumbre puede alentar a los artistas intérpretes, lo genera motivación es que él o ella lo realicen adecuadamente. Las recompensas son también extrínsecas. La competitividad es en general extrínseca, ya que fomenta al artista intérprete a ganar.

Algunos ejemplos de incentivos de carácter extrínseco estarían los que se brindan en el centro de labor a los colaboradores como el incremento anual del sueldo, los bonos de la organización adicionales al sueldo periódicamente. También combos atractivos con beneficios de seguro médico, asuetos, fondo de retiros, etc.

De la misma manera el ambiente físico de trabajo es considerado parte del

componente extrínseco de la motivación. Según Chiavenato (2000), nos dice que un individuo que cuente con las herramientas, con los recursos necesarios y áreas gratas de trabajo que le permitan desarrollar de forma eficaz sus labores cotidianas, se encuentra mucho más motivado en su trabajo y por el contrario, otro que tenga muchas limitaciones y trabas hace que frustren el bien de sus actividades.

Así mismo la seguridad que pueda sentir el trabajador en su puesto de trabajo es importante y es dada del empleador al empleado, por lo tanto, podemos considerarla como parte de la motivación extrínseca.

Sin embargo, Flores (2001), considera al dinero como un reforzador extrínseco y como motivación extrínseca el enriquecimiento de puesto. Por lo que se puede considerar algunos indicadores como: la relación con los supervisores, remuneraciones, preferencias, generar una reacción esperada, resolver problemas, las condiciones físicas del trabajo y por último a las condiciones de seguridad laboral ya mencionados anteriormente.

Para terminar De Seta (2010), nos dice que “la motivación extrínseca proviene de exterior”. Es el tipo de motivación que nos produce a hacer algo que no deseamos regularmente, pero sabemos que al concluir tendrá un premio. Por ejemplo, el pensar en sucesos de la vida que se crean para alcanzar una meta personal, como el estudiar mucho en una universidad no por experimentar sino porque se aspira obtener un título o posiblemente laborar en algún trabajo aburrido ya que nos fijamos en la paga.

Motivación Intrínseca:

Según el autor Pérez (1996), en su documento Introducción a la dirección de empresas. La empresa: organización humana, nos dice que los motivos intrínsecos se basan en la eficiencia ya que aquí se entra a un terreno indeterminado y por lo tanto menos visible, pues aquí apreciamos el efecto interno de la acción; también Robbins (2004), nos dice que “este tipo de motivación pretende comprender mejor el flujo. En esta extensión del concepto de flujo se identifican los elementos fundamentales que producen una motivación intrínseca”. La motivación intrínseca se logra cuando los individuos experimentan emociones de liberación de

decisión, competitividad, sentido y avance.

Sin embargo, el autor De Seta (2010), nos dice que “la motivación intrínseca proviene del interior, de uno mismo”. Es el género de motivación que surge cuando hacemos algo que gozamos; cuando la labor en sí misma es el logro. Podemos decir que la motivación intrínseca es una potencia eficaz y va de la mano de nuestro estado de ánimo; cuando nos apreciamos contentos y positivos es más factible que gocemos las faenas, que cuando nos sentimos afligidos.

Por lo que se puede mencionar que algunos ejemplos de recompensas intrínsecas serían causar al trabajador a reducir el ausentismo laboral, a tomar un absoluto compromiso por su trabajo, por propia certeza. En este tipo de motivación entran en juego la curiosidad, el aprendizaje y la intelectualidad intrínseca.

Newstron (2011), en su libro de comportamiento humano en el trabajo. Manifiesta que “la motivación en el trabajo es el conjunto de fuerzas internas y externas que influyen en el empleado para la elección del curso de acción y se conduzca de ciertas maneras”. Observando desde el punto de vista ideal, estas conductas se mandan al logro de una meta organizacional. La motivación del trabajo es una mezcla compleja de impulsos psicológicas dentro de cada sujeto.

Koontz & Weihrich (2012), “la motivación es un término genérico aplicable a una amplia serie de impulsos, deseos, necesidades, anhelos, y fuerzas similares”. Es decir que los ejecutivos motivan a sus colaboradores, es admitir la ejecución de cosas con la que esperan compensar esos impulsos y deseos a los colaboradores a actuar de terminante manera.

Lahey (1999), indica que “el termino motivación se refiere a un estado interno que activa y dirige nuestros pensamientos”. En una representación más completa expresa que “los motivos son los que nos hacen activos, más que dejarnos pasivos, que nos llevan a hacer una cosa en lugar de otra”. Es por tanto que las tareas de las personas están influenciadas por sus estimulaciones.

Según Feldman (1998), “el estudio de la motivación consiste en determinar por qué las personas buscan hacer determinadas cosas”. Experimenta los motivos que manejan las acciones de los sujetos. Es atractivo conocer el porqué de diversas acciones que presiden la vida de los sujetos y la contestación es descubierta a través de los motivos. “Si se conocen los motivos que origina una determinada conducta, entonces, al ejercer cierta influencia para provocar o inhibir estos motivos, se podrá reforzar o quitar la conducta que dichos motivos originan”, llega lograr al siguiente desenlace. “El conocimiento y entrega a motivaciones correctas, basadas en principios y valores éticos, espirituales y morales al sujeto hacia el bien hacer”.

Guía de plan motivacional.

Falla Mesta (2012), considera que la motivación es un factor muy importante en toda organización ya que por medio de esta se puede inducir al colaborador a lograr el más alto desempeño, también indica que para elaborar un plan motivacional en una organización se debe de tener en cuenta los siguientes pasos:

Título, en el cual se plantee lo que se desee mejorar en la empresa.

Justificación, se refiere al propósito de dicho plan (¿Por qué? y ¿para qué?).

Objetivos, se plantea el objetivo general y los objetivos específicos del plan.

Desarrollo de la propuesta, dentro de este punto se consideran lo siguiente:

- Los aspectos más resaltantes del plan
- Los pasos para desarrollar el plan de motivación.
- Las estrategias para el desarrollo del plan. Para esto se debe tomar en cuenta el tema económico, capacitación, comunicación y el compañerismo
- Desarrollo del plan, parte importante donde se estructura los puntos necesarios a considerar en el plan.
- Por último, el cronograma de actividades y su presupuesto, donde se encuentra el detalle de los gastos previsto en las acciones que se llevaran a cabo en el plan.

Motivación y conducta.

Con la esencia de expresar la relación motivación – conducta, es esencial comenzar con algunas partes teóricas que aceptan la existencia de ciertas leyes o principios basados en la recolección de observaciones prácticas. Según Chiavenato (1998), nos anuncia que existen tres indicios que manifiestan la naturaleza de la conducta humana. Estas son:

a) El comportamiento es producido: existe un origen interno o externo que produce el comportamiento humano, producto de la influencia de la herencia y del medio ambiente.

b) EL comportamiento es motivado: El impulso, las aspiraciones, las necesidades o los estilos son los motivos del comportamiento.

c) El comportamiento está encaminado hacia objetivos: Existe un propósito en toda conducta humana, dado que hay un principio que lo crea. La conducta siempre está encaminada hacia algún objetivo.

El Ciclo Motivacional

Empieza con el apareamiento de una necesidad que esta que rompe la fase de equilibrio del organismo y es causada en un estado de tensión que transporta al sujeto a una conducta capaz de calmar la tensión. Si el comportamiento es eficaz el sujeto hallara complacencia a su necesidad y esto hace que el organismo vuelva a su estado de proporción anterior.

En este ciclo motivacional la necesidad se satisface. Una vez satisfecha, la necesidad deja de motivar la conducta, pues no causa tensión ni inconformidad.

Sin retención, no eternamente se motiva la necesidad en el ciclo motivacional. También puede fracasar por la tensión ocasionada por el surgimiento de la necesidad encuentra un obstáculo para su libertad. Al no hallar una salida normal, el nerviosismo acumulada en el organismo busca un medio indirectamente de salida, ya sea por vía psicológica o por vía fisiológica.

En otros momentos la necesidad no se satisface, ni se frustra, sino se traslada.

Esto se presenta cuando la satisfacción de otra necesidad reduce la fuerza de una necesidad que no puede satisfacerse.

Motivación Humana.

Es complicado entender el comportamiento de las personas sin saber cuál es la fuerza que los motiva.

Kast & Rosenzweig (2011), motivación es todo que impulsa a una persona actuar de una manera determinada en cada situación. El impulso a la acción puede ser consecuencia de un estímulo externo o generarse de una manera interna por el individuo. En la motivación le corresponde con el sistema de condición de la persona.

Leavitt (2011), constan tres indicios que declaran la conducta humana.

1. La conducta es de estímulos internos o externos. “La herencia como el ambiente influyen decisivamente en los comportamientos de las personas”.
2. La conducta es motivada. “La conducta no es casual, sino que siempre se orienta o se dirige a un objetivo determinado”.
3. La conducta está situada a los objetivos. “En todo comportamiento existe siempre un impulso, deseo, necesidad o tendencia, expresiones con que se designan los motivos de la conducta”.

Si los indicios antepuestos son afirmativos, la conducta no es espontánea siempre existe un objetivo explícito o implícito que lo explica.

Aunque el modelo primordial anterior sea igual para todos los sujetos, el resultado puede variar indefinidamente dependiendo de la apreciación del estímulo, de las necesidades y la condición de cada quien. La motivación depende de esas tres variables.

Motivos Primarios y Psicológicos.

Es primordial hacer la diferencia entre tipos de motivación, entre los motivos primarios que es “motivación humana por cosas que son necesarias para sobrevivir, como alimento, agua y calor, estos motivos están relacionados con la supervivencia del individuo”, en

el sentido que le induce a tomar medidas para satisfacer necesidades que son importantes, están dirigidos por elementos biológicos. Y “los motivos psicológicos estos están relacionados con la felicidad y el bienestar del individuo, pero no con su supervivencia”.

Estos conforman aquellas necesidades del hombre, que no son primordiales para su persistencia, tales como la necesidad de un nivel de autoestima, logros, éxito, recreación, etc. los motivos psicológicos no están relacionados directamente con la persistencia de la persona. Son necesidades en el sentido de que la felicidad de la persona y su bienestar dependen de esos motivos. Incluso más que los motivos primarios, los motivos psicológicos varían abundantemente en el grado en que están influenciados por la experiencia.

Por lo tanto, los motivos psicológicos son afectados por el aprendizaje y la cultura, mientras que los motivos primarios (básicos) conciernen a necesidades biológicas relacionadas con la persistencia del individuo y la especie.

Motivación en la Gestión Empresarial.

Para el excelente entendimiento del recurso humano en el ámbito laboral, es significativo conocer las causas que originan la conducta humana. La conducta es causada, motivada y orientada hacia objetivos. Por lo tanto, mediante el manejo de la motivación el gerente puede operar estos con el propósito que su empresa de manera adecuada y sus miembros se sientan satisfechos, controlando las otras variables de la producción.

“Por esta razón, los administradores y gerentes deberían interesarse en recurrir a aspectos relacionados con la motivación, para coadyuvar a la consecución de sus objetivos”. Por lo tanto, ahora la gran inquietud sería: ¿Qué incita a las personas a comportarse, pensar o sentir de una manera fija?, ¿Cómo asemejar los factores que motivan a los colaboradores para producir más y mejor?

“Sin embargo conocer los móviles de la motivación es tan complejo como compleja es la naturaleza humana”. Si examinamos los motivos por los cuales sujeto aporta su energía a una organización, encontraremos que existen muchos factores, desde querer tener

dinero para que les permita cubrir sus necesidades básicas, hasta aspiraciones superiores como la autorrealización.

Este contexto precisamente conlleva, por un lado, tener en consideración los exteriores socio - culturales de la sociedad donde se desenvuelve el trabajador y, por otro lado, la individualidad de este.

El comportamiento organizacional ha estudiado la motivación con el propósito de dar respuestas a la pregunta: ¿Por qué trabaja la gente? Y para dar respuesta, a la teoría de las necesidades concluye lo siguiente:

- Un colaborador motivado será un colaborador en estado de tensión.
- Para calmar la tensión, el trabajador despliega un esfuerzo que se vuelve en un comportamiento.
- A mayor motivación, mayor tensión y, consecuentemente, mayor esfuerzo.
- Si esa energía lleva a la satisfacción de la necesidad, se disminuirá la tensión.

Los Incentivos.

Los incentivos son claves que activan la motivación por tanto si la persona es sometida a los estímulos apropiados, su motivación puede ser activada o desactivada hacia algo en particular.

Las Emociones.

Las emociones son impresiones positivas o negativas que reaccionan ante estímulos. Esto explica por qué un cambio de ánimo afecta tanto la forma de portarse, y es de suma importancia en todas las áreas de acción de las personas, debido a que; dejarse llevar por las emociones podía cerrar oportunidades valiosas, por ejemplo, en el área laboral. Es

significativo que se desarrollen manera de manipular las emociones, de acuerdo a la situación en la que se esté, para que estas ayuden a tener un óptimo desempeño.

La motivación y la emoción son dos conceptos relacionados entre sí por tres razones:

- a) La aceleración de la emoción impulsa la conducta, al igual que los motivos.
- b) Los motivos a menudo se acompañan de emociones; y
- c) Las emociones tienen regularmente propiedades motivacionales entre sí mismas.

Es claro que causa agitaciones aquello por lo que se está motivado, pero no todas las emociones son útiles para el desempeño. Se debe tener en cuenta que las convicciones y actitudes aporten estímulos apropiados.

Desempeño y Motivación

En cuanto a más motivada se halle un colaborador hacia algo, mayores esfuerzos harán para obtener. Una ocupación es lo que uno realiza, una vocación lo que uno crea, está llamado a hacer y una carrera es la serie de cosas que realiza para dominar la vida, ejecutar trabajos que se relacionen con la orientación vocacional implicara más motivante que la ejecución de otro tipo de trabajo.

Según Santos (1993), expresa “hay que elegir actividades que se identifiquen con lo que podemos hacer bien y nos agrada, ya que esto estimula una adecuada motivación”; un quiebre en este sentido es que muchos individuos se encuentran en cargos en los cuales no se sienten motivados, pero por la situación los han obligado a acceder, en este sentido una mente abierta hallara formas de hacer que ese cargo cobre un mejor significado para sí, ya sea por el producto que este forma para la satisfacción de necesidades o por la adquisición de nuevas hábitos, competencias y pensamientos que le den valor personal al trabajo que se ejecuta.

Si se considera que la labor que desempeña no vale la pena, no hallaran,

interiormente, motivos para hacerlo excelente. Esto se relaciona con un estado de motivación intrínseca que según Lahey se refiere a: “cuando la persona está motivada por la naturaleza inherente de la actividad, del placer de dominar algo nuevo o de las consecuencias naturales de la actividad”.

Schwartz (1994), corrobora con la siguiente declaración: “la manera en que usted piensa determina su forma de actuar” lo que puede explicar cómo: si el sujeto halla los motivos correctos, dentro de sí mismo, logra orientarse hacia un excelente desempeño en sus labores. El asunto es entonces, ¿qué motivos deben hallar dentro de sí, para desempeñar sobresalir en sus labores? Y si no lo hay debe obtenerlo.

La motivación extrínseca para desempeñar un buen trabajo, va tener nuevas posibilidades, que permitirán observar las necesidades, a través de mejores sueldos, promociones, aprendizajes, viajes, etc. El desempeño es proporcional con la actitud hacia lo que se hace, esto lleva a la trama de las emociones, se pueden cambiar ciertos factores externos como el atuendo, la corporalidad, la broma de hablar con el fin de suministrar las emociones o estados de ánimo apropiados que activan la conducta para mejorar el desempeño

Conjuntamente la situación de las necesidades primordiales, las metas, la aspiración de logro, superación, y necesidad de autorrealización, logran formar un óptimo desempeño. En el camino a la ejecución de sus objetivos, los individuos progresan, las metas se constituyen en equipos para el desarrollo de las personas; solo alguien que no tenga metas no llegará a ninguna parte.

Variables del desempeño laboral.

- Las situaciones de trabajo.
- Calidad de capacitación.
- Experiencia y tecnificación.
- Salud física y emocional.
- Grado de colaboración entre colaboradores, directivos, supervisores, etc.

- Grado de motivación hacia la actividad y/o los frutos que esta produce.

El ser humano sitúa la conducta hacia metas y objetivos, en contestación a estímulos internos y externos que recoge, la motivación se precisa para el estudio como factores que ocasionan, canalizan y sostienen la conducta humana y por lo tanto se concierne con el desempeño laboral.

Teorías de la Motivación

La motivación “es un tema abordado desde la antigüedad, por motivos de esta investigación solo mencionaremos las aportaciones más considerables, las más utilizadas en las organizaciones actualmente, contextualizando su evolución”.

Estas teorías detallan como examinar, estimular y situar la conducta de cada sujeto en la sociedad. Cada teoría presenta sus aparentemente y las circunstancias necesarias que deben existir para obtener el resultado esperado. Estos diseños han sido de gran provecho para la administración, ya que entregan una herramienta eficaz para alcanzar motivar a los individuos, es decir, influir efectivamente sobre el desempeño de cada uno de los colaboradores, hasta el punto de que entregue el máximo aporte posible a la empresa.

A. JERARQUÍA DE LAS NECESIDADES SEGÚN ABRAHAM MASLOW

Las teorías de las penurias humanas parten del comportamiento del individuo, la motivación para proceder y comportarse procede de fuerzas que existen dentro de él. Algunas de estas necesidades son sensatas, mientras que ajenas no. La teoría de motivación más popular es la de Maslow, y se basa en la teoría de las necesidades humanas.

Según Maslow (2011), las penurias humanas están organizadas en una pirámide según el grado de jerarquía respecto a la conducta humana. En la base de las pirámides están las necesidades principales, mientras que en la cima están las más elaboradas e intelectuales.

1. Necesidades fisiológicas. “Conforman el nivel más bajo de necesidades humanas. Se denominan necesidades biológicas o básicas y exigen una satisfacción reiterada, con el fin de garantizar la supervivencia del individuo. Su principal característica es la urgencia”.

2. Necesidades de seguridad. “Conforman el segundo nivel en las necesidades humanas, llevan a las personas a protegerse de cualquier peligro. Aparecen en la conducta humana cuando las necesidades fisiológicas están relativamente satisfechas. Tienen suma importancia ya que en la vida organizacional las personas dependen de la organización y es ahí donde surge inseguridad en las personas en cuanto a su continuidad en el trabajo”.

3. Necesidades sociales. “Aparecen en la conducta cuando las necesidades más bajas se encuentran relativamente resueltas. Son las necesidades de asociación, participación, aceptación por parte de sus compañeros, intercambio de amistad, afecto y amor. La frustración de esas necesidades conduce a la falta de adaptación social y la soledad”.

4. Necesidades de aprecio. “Son las necesidades relacionadas con la manera como la persona se ve y mejora, la satisfacción de estas necesidades conduce a un sentimiento de confianza en sí mismo y por el contrario si estas necesidades no son satisfechas pueden producir sentimiento de inferioridad”.

5. Necesidades de autorrealización. “Son las necesidades humanas más elevadas y se encuentran en el nivel más alto de la jerarquía. Esta tendencia se expresa mediante el impulso a superarse y al llegar a ser todo lo que se puede ser”.

Aunque la orientación de Maslow es genéricamente y extenso, simboliza un modelo único de funcionamiento de la conducta humana y para el área de recursos humanos.

B. TEORÍA DE LOS DOS FACTORES DE HERZBERG

Se basa en el ambiente externo, para Herzberg (2011), la motivación para trabajar depende de dos factores:

a. Factores higiénicos: Comprende contextos físicos y ambientales del trabajo, salario, políticas de la organización, beneficios sociales, tipo de supervisión, clima de las relaciones entre dirección y subordinados; tienen una capacidad muy delimitada para influir de en la conducta de los colaboradores. Pero si son precarios provocan insatisfacción, razón por lo que se les llama factores de insatisfacción, y son los siguientes:

- Condiciones de trabajo y bienestar.
- Políticas de la organización y administración.
- Relaciones con los supervisores.
- Aptitud técnica del supervisor.
- Mensualidad y remuneración.
- Seguridad en el puesto.
- Amistades con los colegas.

b. Factores motivacionales: se describen al contenido del puesto, a las labores y las obligaciones relacionadas con este, provocan un resultado de gusto duradero y aumento en la productividad. Si los elementos motivacionales son óptimos elevan la satisfacción, si son precarios, la reducen por eso se les denomina factores de satisfacción. Constituyen el comprendido del puesto en sí y comprenden:

- Cometido de responsabilidad.
- Libertad para decidir cómo efectuar una labor.
- Evento de ascenso.
- Manejo pleno de las habilidades personales.
- Formulación de objetivos y estimación relacionada con ellos.
- Reducción del puesto.
- Incremento y ganancia del puesto.

Para que exista mayor motivación en la labor de Herzberg propone la adquisición de las tareas, que consiste en aumentar los objetivos, las responsabilidades y el desafío de las actividades del puesto.

C. EL MODELO CONTINGENCIAL DE MOTIVACION DE VROOM.

Se limita a la motivación para producir. De acuerdo con Vroom (2011), “en cada individuo existen tres factores que determinan su motivación para producir”:

1. “Objetivos personales es decir la fuerza del deseo para alcanzar objetivos”.
2. “Relación percibida entre logro de objetivos y alta productividad”.
3. “La capacidad del individuo para influir en su propio nivel de productividad, a medida que cree influir en el”.

Para explicar la motivación para producir, Vroom propone un guía de expectativas de la motivación que se basa en objetivos intermedios y progresivos que llevan a un justo final.

D. LAS TEORIAS X & Y

En esta teoría se proponen dos visiones diferentes de los seres humanos: una denegación llamada teoría X y la otra positiva designada teoría Y. Después de aprender la manera en que se relacionan con los apoderados McGregor (2013), “concluyo que los puntos de vista que ellos tenían se basaban en ciertas suposiciones que moldean su comportamiento”.

Los apoderados a favor de la teoría X creen que a los colaboradores les disgusta la labor por lo que corresponden ser dirigidos a realizarlo. Por el reverso quienes se fundan en la teoría Y suponen que los trabajadores consideran el trabajo como algo natural por lo que la persona aprenderá a buscar la responsabilidad.

Por infortunio, no existe evidencia que pruebe la validez de esta teoría, ya que las teorías del comportamiento organizacional requieren tener bases empíricas para ser aceptadas y las teorías X y Y carecen del apoyo empírico.

E. TEORÍA DE LAS NECESIDADES DE MCCLELLAND

McClelland (2013), “plantea que el logro, el poder y la afiliación son tres necesidades importantes que ayuda a explicar la motivación”.

- Necesidad de logro: “impulso por sobre salir, por tener éxito con respecto a un conjunto de estándares y por luchar para triunfar”.
- Necesidad de poder: “es la necesidad de hacer que otros se comporten de una manera que no se lograría con ningún otro medio”.

- Necesidad de afiliación: “es el deseo de tener relaciones interpersonales, amigables y cercanas”.

Ni las primeras teorías de motivación la de McClelland es el que tiene más apoyo en las investigaciones. Por desgracias tiene menos efectos prácticos que otras. Debido a que McClelland diseña que tres necesidades son inconscientes, no es fácil medirlas.

2.2.2. Clima laboral.

Al momento de investigar el clima laboral se encuentra una gran variedad de teorías e interpretaciones hacia ellas. Investigadores como Gibson, Ivancevich, & Donnelly (1996) y Robbins (1999), en su libro *Comportamiento Organizacional*. Cuarta Edición, nos dicen el clima y la cultura organizacional son exactamente iguales a la hora de explicarlos, cuando lo definen como la personalidad, el carácter y base de una empresa. Ouchi (1992), reconoce el clima laboral como una dimensión adicional de la cultura, pues dice que la tradición y el clima son parte de la cultura organizacional.

Por otro lado, Zapata (2000), nos dice que son componentes que dependen entre sí y que contribuyen al cambio y desarrollo organizacional. En consecuencia, al hablar del clima laboral se hace vital definir los distintos componentes que conforman el clima y el desarrollo de los distintos métodos de diagnóstico empleados en la actualidad dentro de las empresas, que facilitan realizar un análisis y evaluación que muestre la actitud hacia la organización por parte de los trabajadores, al tiempo que cooperan al desarrollo de los cambios en forma eficaz y eficiente en las mismas empresas.

Al momento de realizar una aproximación, se desarrolla una breve descripción en referencia al clima laboral que permita identificar los componentes que construyen su concepto y relación dentro de las empresas y posteriormente, analizar los elementos primordiales para la realización de un diagnóstico exitoso que sume al proceso de cambio organizacional, lo que permitirá ubicar factores críticos al éxito para el mejoramiento en la organización. Solarte (2011).

Para Chiavenato (1987), nos dice que el clima laboral lo conforma el medio interno de una empresa y el ambiente psicológico, características que se encuentran presente en toda organización. De otro lado, expresa que el concepto de clima laboral involucra distintos puntos de vista en cuanto a la situación que se anteponen en distintos grados, como el tipo de organización, las políticas existentes dentro de la misma, la tecnología utilizada, los objetivos operacionales definidos, los reglamentos internos que constituyen los factores estructurales, además de las actitudes, valores y factores sociales.

También por otro lado Anzola (2003), demuestra que el clima laboral se explica en base a las percepciones relativamente permanentes que las personas generan en relación a su organización y que influyen en el comportamiento de los empleados, que es el que diferencia a una determinada organización de otra.

Según García & Bedoya (1997), hacia el interior de una empresa existen tres estrategias para determinar el clima laboral. La primera es observar el comportamiento y progreso de sus colaboradores; la segunda, es realizar entrevista a profundidad y en forma directa a los empleados, la tercera y tal vez la más empleada, es ejecutar una encuesta a todos los colaboradores utilizando una serie de cuestionarios elaborados para ese fin. Así mismo se puede decir que existe una gran diversidad de cuestionarios que han sido manejados en los procesos de determinación del clima laboral dentro de las organizaciones, los que a continuación se procede a describir y que son los más implementados dentro de las empresas. García (2009).

De acuerdo a Litwin & Stringer (1998), citado por Gan (2007), el clima laboral es la expresión personal de la percepción que tienen los colaboradores y directivos de la empresa a la que pertenecen y su influencia el desempeño de la organización. Por tanto, el trato que el jefe tenga con los colaboradores, el ambiente de trabajo, la relación entre colaboradores, todos estos elementos conforman lo que se denomina clima laboral y de esto dependerá el comportamiento de quienes la integran.

Este tema despertó el interés de muchos estudiosos del campo del comportamiento organizacional y la administración, sin embargo, solo en las últimas décadas

se está intentando medir el clima laboral dentro de las empresas.

Dimensiones del clima laboral.

Litwin & Stringer (1998), citado Gan (2007), consideran que existen nueve dimensiones que explican el clima laboral que existe en distintas empresas:

Estructura. Simboliza la percepción que tienen los integrantes de la empresa con respecto a las reglas, trámites, procedimientos, entre otros, que tiene la empresa. Es la medida de la burocracia, informalidad, o trabajo libre dentro de la organización. Litwin & Stringer (1998).

Responsabilidad (Empowerment). Es el grado autonomía en la toma de decisiones que tienen los colaboradores relacionados a su trabajo. Es la medida de la supervisión que reciben por parte de sus jefes en el trabajo. Litwin & Stringer (1998).

Recompensa. Se refiere a la percepción sobre la recompensa o premio que reciben los colaboradores por el trabajo bien hecho. Litwin & Stringer (1998).

Desafío. Se refiere a la medida en que la empresa promueve desafíos y la aceptación de riesgos a fin de lograr los objetivos trazados. Litwin & Stringer (1998).

Relaciones. Es la apreciación por parte de los integrantes de la organización con respecto a un ambiente de trabajo adecuado y que mantengan una buena relación y comunicación entre todos los miembros de la empresa tanto entre pares como subordinados. Litwin & Stringer (1998).

Cooperación. Es la apreciación de los colaboradores de la organización sobre el espíritu de ayuda existente entre los miembros de la empresa. Se basa en el apoyo mutuo que existe tanto en niveles superiores como inferiores. Litwin & Stringer (1998).

Estándares. Es la apreciación de los miembros acerca del énfasis que ponen las empresas sobre las normas de rendimiento. Litwin & Stringer (1998).

Conflictos. Se refiere al nivel en que los integrantes de la empresa aceptan las opiniones de sus miembros a pensar de discrepar en ellas, no temen enfrentar los problemas y solucionarlos en cuanto surjan. Litwin & Stringer (1998).

Identidad. Es el sentimiento de pertenencia a la empresa además es un componente sustancial y ventajoso dentro del equipo de trabajo. En general, es la emoción de compartir los objetivos personales con los de la empresa. Litwin & Stringer (1998).

Características del clima laboral

Castillo (2006), para poder comprender de una mejor manera el concepto de clima laboral, e resaltara las siguientes características: El clima se refiere a los rasgos del medio de trabajo las cuales pueden ser internas y externas.

Dichas características son vistas directa o indirectamente por los colaboradores que se desempeñan en ese medio de trabajo.

El clima tiene repercusiones en el comportamiento laboral, es una variable que intercede entre los factores del sistema organizacional y el comportamiento individual.

Estas características de la empresa son respectivamente intactas en el tiempo. Se distinguen de una empresa a otra y de una sección a otra dentro de una misma organización.

Las apreciaciones y respuestas que comprenden el Clima laboral se producen en una gran diversidad de factores. Unos comprenden los factores de liderazgo y prácticas de dirección. Otros factores están relacionados con el sistema formal y la estructura de la organización. Otros son los resultados de la conducta en el trabajo.

Medición del clima laboral

Indicadores indirectos del clima

De acuerdo a Ordoñez (1997), las variaciones que atentan contra el mejoramiento de la productividad en la empresa son las siguientes:

A. Aumento de ausentismo.

El ausentismo puede ser justificado o injustificado, ya sea por distintas causas, suele ser más frecuente entre colaboradores en niveles inferiores que en los superiores. Si el ausentismo es alto en una empresa, lo más probable es que no exista un buen clima laboral en este Ordoñez (1997).

B. Aumento de rotación externa

Cuando los colaboradores optan por renunciar para trabajar en otra empresa. Si dicha situación surge continuamente tal vez se deba a que el clima laboral en la empresa no es alto. El porqué de la salida del colaborador se puede saber a través de una encuesta, antes de retirarse de la organización. Ordoñez (1997).

C. Aumento de rotación interna

Cuando los colaboradores optan por cambiar de un departamento a otro dentro de la organización. Si esta situación es continua, probablemente, haya disminuido la satisfacción de los colaboradores de los distintos departamentos, es por ello que piensan que cambiando de un departamento a otro mejorara su situación. Ordoñez (1997).

D. Aumento en las quejas de clientes

Dicha situación se puede deber a que la moral de los colaboradores ha descendido. Es por ello que no están realizando bien su trabajo. Ordoñez (1997).

E. Aumento en los accidentes laborales.

Si los accidentes dentro de la empresa se vuelven algo continuo, puede deberse a la baja moral de los colaboradores. Ordoñez (1997).

F. Productividad baja

Si la productividad baja puede deberse al clima laboral, es decir, que la percepción de los colaboradores hacia la organización trasciende en el comportamiento de cada uno de ellos. Lo cual afecta a la productividad. Ordoñez (1997).

G. Falta de participación

Si los colaboradores comparten constantemente sus sugerencias, ideas a la organización, con creatividad e innovación y dejan de participar en ello. Puede deberse al descenso de la moral en los colaboradores. Ordoñez (1997).

H. Conflictividad

Cuando acrecientan los conflictos en la organización, ya sea por medio de huelgas, peleas o quejas del sindicato, es porque la moral de los colaboradores está descendiendo. Ordoñez (1997).

Principales modelos utilizados en la medición del clima laboral.

Vidal (2004), existen diversos cuestionarios para evaluar el clima en la organización. Algunos son habituales para todo tipo de empresa los cuales son más posibles de conseguir. Otros son más elaborados, desarrollados para organizaciones específicas, los cuales son más complicadas de lograr.

De los estudios del clima, se ha tomado en cuenta las teorías de dos investigadores organizacionales: Rensis Likert y George Litwin, el primero después de años de investigación propuso un sistema de gestión participativa a lo cual lo denomino Sistema IV. El segundo propuso un instrumento de medición del clima laboral con respecto al liderazgo dentro de la empresa.

Litwin, posteriormente se juntó con el Dr. Stringer, y propusieron un cuestionario de medición del clima, el cual viene siendo utilizado actualmente en muchas organizaciones.

Debido a la importancia de ambas investigaciones, se estudiarán los modelos

que proponen dichos autores para medir en la actualidad.

A. Modelo de Litwin y Stringer

Litwin y Stringer (1998), citado por Da Silva (2002), identificaron la productividad relacionándola con las conductas asociados con las investigaciones de David McClelland.

David McClelland propuso un modelo de motivación, el cual divide las necesidades motivadoras en tres categorías: El poder, la afiliación y el logro.

McClelland sustenta que las personas con alto sentido de logro se aventuran con metas complicadas, pero que pueden ser alcanzadas.

En conclusión, Litwin y Stringer tomaron el modelo de motivación de David McClelland como un comienzo para establecer la forma como ellos entendían el comportamiento en la organización. Así surge el modelo de Litwin y Stringer para el estudio de clima organizacional.

B. Modelo de Likert.

Rensis Likert, citado por Palma (2006), desarrolla una herramienta para medir el clima laboral, que sin bien es cierto en un principio su fin era exponer las diferencias entre los sistemas de gestión en una empresa. Pero que al aplicarlo se dieron cuenta que podía usarse también para conocer lo que percibían los colaboradores de la organización.

Rensis Likert considera que, en la percepción de los colaboradores con respecto al clima, influyen tres tipos de variables, las cuales las denomina de la siguiente manera:

Variables Causales: se definen también como variables independientes e indican el sentido en que una empresa crece y logra resultados. Dentro de las variables causales se citan la estructura organizativa y administrativa, las decisiones, competencias y actitudes.

Variables intermedias: miden el estado interno de la empresa, mostrando en aspectos como: motivación, rendimiento, comunicación y toma de decisiones. Estas variables

son importantes ya que conforman los procesos organizacionales de la empresa.

VARIABLES FINALES: nacen como consecuencia de las variables causales y las intermedias, referidas anteriormente. Las cuales se orientan y establecen resultados obtenidos por la empresa tales como productividad, ganancia y pérdida.

Likert, al detallar las relaciones entre estas variables, señala que las variables causales, intervienen en la personalidad de los colaboradores de la organización. Y tanto las variables causales como la personalidad de cada colaborador influyen en la percepción del colaborador. Las fuerzas motivadoras intervendrán en el comportamiento de la persona, que interviene en la producción, ganancias y ventas de la organización.

Rensis Likert, en su cuestionario, menciona ocho dimensiones, las cuales maneja para evaluar el clima laboral a través de la medición de las variables en mención. Dichas dimensiones son las siguientes:

- **Estilo de autoridad:** Es la forma en que se aplica el poder dentro de la empresa
- **Esquema motivacional:** Método de motivación utilizado en la empresa.
- **Comunicación:** forma de comunicación en la empresa, si es poca o mucha, además de los estilos de comunicación.
- **Procesos de influencia:** Métodos empleados en la organización para lograr adhesión a las metas, objetivos en la organización.
- **Proceso de toma de decisiones:** Forma del proceso de decisión, criterios de decisión y distribución de las tareas relacionadas con la toma de decisiones y de ejecución.
- **Procesos de planificación:** Modo de establecer los objetivos y los pasos para lograrlos.
- **Procesos de control:** Forma en que el control se distribuye y se realiza en la organización.
- **Objetivos de rendimiento y perfeccionamiento:** Métodos utilizados

para evaluar los objetivos y grados de ajuste percibidos entre los objetivos así definidos y los deseados.

Factores de Clima Laboral

a) Autorrealización.

Palma (2006), “es la apreciación del trabajador con respecto a las posibilidades que el medio laboral favorece al desarrollo personal y profesional contingente a la tarea y con perspectiva de futuro”.

La necesidad de autorrealización es llegar a ser lo que es capaz de ser. Es el clima de necesidades de los seres humanos.

Para Palma (2006), la autorrealización es una evaluación del colaborador con respecto a las probabilidades de desarrollo que tiene en su empleo; para Maslow (1943), la autorrealización es vista como una necesidad de llegar a desarrollar las capacidades que le van a permitir a la persona, ser lo que realmente quiere en la vida.

Para la presente investigación, se considera la definición de Palma (2006), quien precisa el factor autorrealización como la percepción del colaborador con respecto a las probabilidades que el medio laboral favorece al desarrollar personal y profesional contingente a la tarea y con perspectiva de futuro.

b) Involucramiento Laboral

Palma (2006), “es la identificación con los valores organizacionales y compromiso para el cumplimiento y desarrollo de la organización”.

Litwin y Stringer (1968), la dimensión identidad es “el sentimiento de que uno pertenece a la compañía y es un miembro valioso de un equipo de trabajo; en general, la sensación de compartir los objetivos personales con los de la organización”.

Los autores Palma (2006), Litwin & Stringer (1968), concuerdan en “involucramiento laboral, es el sentirse importante de la empresa y que también comparte objetivos con ella”. Para la presente investigación, se asume la definición de Palma (2006), quien define el involucramiento laboral como la identificación con los valores organizacionales y compromiso para el cumplimiento y desarrollo de la organización,

c) Supervisión.

Palma (2006), “son las apreciaciones de funcionalidad y significación de superiores en la supervisión dentro de la actividad laboral en tanto relación de apoyo y orientación para las tareas que forman parte de su desempeño diario”.

Moss (1974/1989), “el control se refiere a los reglamentos y a las presiones que puede utilizar la dirección para controlar a los empleados”.

Se considera la definición de Palma (2006), quien determina el factor supervisión como la percepción de funcionalidad y significación de superiores en la supervisión dentro de la actividad laboral en tanto relación de apoyo y orientación para las tareas que forman parte de su desempeño diario.

d) Comunicación.

Palma (2006), “es la percepción del grado de fluidez, celebridad, claridad, coherencia y precisión de la información relativa y pertinente al trabajo interno de la organización como con la atención a usuarios y/o clientes de la misma”

Grant (2002), citado por Asmat (2006), “el factor comunicación, se refiere a los procesos de transmisión de información, órdenes y en general, a los actos comunicativos, ya sean orales o escritos”.

Se considera la definición de Palma (2006), quien explica el factor comunicación como la apreciación del grado de fluidez, celebridad, claridad, coherencia y precisión de la información relativa y pertinente al funcionamiento interno de la organización como la atención a usuarios y/o clientes de la misma.

e) Condiciones Laborales.

Palma (2006), “es el rendimiento de que la institución provee los elementos materiales, económicos y/o psicosociales necesarios para el cumplimiento de las tareas encomendadas”.

Los entornos laborales se fundamentan en que los colaboradores se preocupan por su ambiente laboral tanto por bienestar como para ejecutar bien su trabajo.

se asume la definición de Palma (2006), quien define el factor condiciones

laborales como el reconocimiento de que la institución provee los elementos materiales, económicos y/o psicosociales necesarios para el cumplimiento de las tareas encargadas.

2.3. Definición de la terminología.

Motivación. - Lahey (1999), Señala que “el termino motivación se refiere a un estado interno que activa y dirige nuestros pensamientos”. De manera más completa dice que “los motivos son los que nos hacen activos, más que dejarnos pasivos, que nos llevan a hacer una cosa en lugar de otra”. Es por tanto que la tarea de los colaboradores está influenciada por su motivación.

Clima laboral. - Gan (2007), el “ambiente donde una persona desempeña su trabajo diariamente, el trato que un jefe puede tener con sus subordinados, la relación entre el personal de la empresa e incluso la relación con proveedores y clientes, todos estos elementos van conformando lo que denominamos Clima organizacional”, el cual puede ser un relación o un impedimento para el buen desempeño de la empresa en su conjunto o de determinadas personas que se encuentran dentro o fuera de ella, también puede ser un elemento de distinción e influencia en el comportamiento de quienes la integran. En suma, es la expresión personal de la “percepción”

Correlacional. - Según Collado, Sampieri & Baptista (2014), este tipo de estudio “tiene como propósito conocer la relación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular”.

Influencia. – Pérez (2009), hace referencia a la consecuencia que puede tener una cosa sobre otra.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo y diseño de la investigación

3.1.1. Tipo de investigación:

El estudio planteado es de tipo descriptivo correlacional, porque por un lado describe la situación actual de la empresa y por otro lado busca conocer la relación o grado de asociación que existe entre la variable independiente: motivación y la variable dependiente: clima laboral.

Según Collado, Sampieri & Baptista (2014), la investigación de tipo correlacional tiene, en alguna medida, un valor explicativo, aunque parcial, ya que el hecho de saber que dos conceptos o variables se relacionan aporta cierta información explicativa.

3.1.2. Diseño de la investigación:

El diseño de investigación del estudio planteado es no experimental-transversal correlacional ya que establecen relaciones entre dos variables, es decir trata de conocer si nuestra variable motivación está asociada con el clima laboral, pero no explica las relaciones causales que existen entre ellas.

Según Collado, Sampieri & Baptista (2014), los diseños correlacionales-causales pueden limitarse a establecer relaciones entre variables sin precisar sentido de causalidad o pretender analizar relaciones causales.

3.2. Población y muestra:

3.2.1. Población

La población del estudio planteado son el número de trabajadores que laboran en de Tiendas EFE sede Chiclayo:

- 27 Asesores de Ventas.
- 4 Cajeras.

- 1 Supervisor de tienda.
- 1 Gerente Comercial.

3.2.2. Muestra

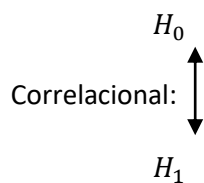
Para el desarrollo de la investigación sobre la motivación y la influencia en el clima laboral en tiendas EFE sede Chiclayo se contó en el área de ventas con 27 colaboradores los cuales son nuestra muestra a tomar.

Mertens (2014), señala que en el muestreo cualitativo es usual comenzar con la identificación de ambientes propicios, luego de grupos y, finalmente, de individuos. Incluso la muestra puede ser una sola unidad de análisis (estudio de caso). La investigación cualitativa, por sus características, requiere muestras más flexibles. La muestra se va evaluando y redefiniendo permanentemente.

3.3. Hipótesis

Williams (2014), la hipótesis muestra lo que tratamos de probar y se define como explicaciones tentativas del fenómeno investigado. Se formula a manera de proposiciones. Es decir, son respuestas momentáneas a las preguntas de investigación.

Hipótesis correlacional



H_0 : La motivación no influye en el clima laboral en los colaboradores en el área de ventas, de Tiendas EFE sede Chiclayo.

H_1 : La motivación si influye en el clima laboral en los colaboradores en el área de ventas, de Tiendas EFE sede Chiclayo.

3.4. Variables

3.4.1. Variable independiente: Motivación.

Motivación. - Lahey (1999), señala que “el termino motivación se refiere a un estado interno que activa y dirige nuestros pensamientos”. De manera más completa dice que “los motivos son los que nos hacen activos, más que dejarnos pasivos, que nos llevan a hacer una cosa en lugar de otra”. Es por tanto que la tarea de los colaboradores está influenciada por su motivación.

3.4.2. Variable dependiente: Clima Laboral.

Clima laboral. - Gan (2007), el “ambiente donde una persona desempeña su trabajo diariamente, el trato que un jefe puede tener con sus subordinados, la relación entre el personal de la empresa e incluso la relación con proveedores y clientes, todos estos elementos van conformando lo que denominamos Clima organizacional”, el cual puede ser un relación o un impedimento para el buen desempeño de la empresa en su conjunto o de determinadas personas que se encuentran dentro o fuera de ella, también puede ser un elemento de distinción e influencia en el comportamiento de quienes la integran. En suma, es la expresión personal de la “percepción”

3.5. Operacionalización

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Motivación	Intrínseca	Logro	01. Mis logros obtenidos me motivan para seguir trabajando.	Cuestionario (Encuesta: Escala de Likert)
		Reconocimiento	02. Recibo reconocimientos por realizar un buen trabajo.	
		Trabajo en sí mismo	03. El trabajo que realizo en tiendas EFE satisface mis objetivos personales.	
		Posibilidad de crecimiento	04. Tengo oportunidad de ascender en la empresa.	
	Extrínseca	Relación con jefes	05. Los jefes en la organización se preocupan por mantener elevado el nivel de motivación del personal.	
		Remuneraciones	06. Considero que la remuneración que obtengo es justa por mis labores desempeñadas.	
		Preferencias	07. Existen preferencias en el área de ventas.	
		Generar una reacción esperada	08. Mi jefe aprecia el esfuerzo que pongo en mi trabajo.	
		Condiciones físicas del trabajo	09. Llevarme bien con el jefe, beneficia la calidad de mi trabajo.	
		Condiciones de seguridad laboral	10. La comodidad del ambiente de trabajo es la adecuada.	

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
Clima Laboral	Estructura	Conocimiento de las políticas	01. Conozco con claridad la estructura organizacional y las normas de Tiendas EFE.	Cuestionario (Encuesta de Escala de Likert)
		Situación en cuanto a formalidad	02. En tiendas EFE existen excesivo formalismo (papeleo) para realizar mi trabajo.	
		Cumplimiento de obligaciones	03. Comprendo claramente cuáles son mis obligaciones en el trabajo y las cumplo de forma oportuna.	
	Responsabilidad	Iniciativas personales	04. Siento que realizo adecuadamente mi trabajo y en consecuencia no necesito estar consultando constantemente con mi jefe.	
	Recompensa	Reforzamiento positivo	05. Recibo estímulo por el trabajo bien hecho en mi área.	
	Desafío	Retos en el trabajo	06. Todos los días asumo riesgos para alcanzar las metas propuestas.	
	Relaciones	Comprensión de jefes	07. Mi jefe inmediato tiene una actitud abierta respecto a mis sugerencias, sobre el trabajo que realizo.	

		Participación de actividades	08. Me involucro en las actividades culturales y recreacionales que la organización realiza.
	Cooperación	Trabajo en equipo	09. En el área de ventas se fomenta y desarrolla el trabajo en equipo.
		Espíritu de apoyo	10. Considero que en tiendas EFE se practica el apoyo mutuo entre compañeros y jefes.
	Estándares	Metas Bien definidas	11. Estoy conforme con las metas propuesta por el área de ventas.
	Conflicto	Soluciones participativas	12. Frente a un conflicto actúo rápidamente en la solución en conjunto con mis compañeros de trabajo.
	Identidad	Afinidad con la organización	13. Me identifico con la organización.

3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Métodos de investigación

Para la elaboración de la presente investigación sobre la motivación y su influencia en el clima laboral en los colaboradores del área de ventas, de Tiendas EFE sede Chiclayo, tuvo como propósito obtener resultado viables e inequívocos, por lo cual, se aplicó el método científico, el cual se refirió a criterios éticos procedimientos generales que guiaron el trabajo para alcanzar un conocimiento objetivo de la realidad.

Los correspondientes sistemas de variables e indicadores, que sirven de base para el desarrollo del cuestionario, para medir las dimensiones de las variables tanto de la variable 1 denominada Motivación y de la variable 2 referida a Clima Laboral.

Según Collado, Sampieri & Baptista (2014), los métodos empleados son:

a) Método Inductivo.

Se utilizará para sacar conclusiones a partir del análisis de la muestra que nos conduzca a la conclusión general (proceso analítico- sintético)

b) Método Deductivo.

Se utilizará para conseguir particularidades partiendo de las observaciones iniciales (proceso sintético- analítico)

c) Analítico.

Se utilizará para investigar la información primaria y secundaria, y así llegar a los hallazgos y resultados, relacionados con los indicadores, dimensiones y variables que conforman la investigación.

3.6.2. Técnicas de recolección de datos

Para la recolección de datos se utilizarán las técnicas de entrevista al Gerente comercial y la encuesta a los colaboradores del área de ventas.

Según Mayntz (1976), define a la encuesta como una averiguación sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que espera obtener, y consecutivamente “reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación de datos agregados”

Bingham & Moore (1960) Define a la entrevista una conversación que se sostiene

con un propósito definido y no por la mera satisfacción de conversar.

3.6.3. Instrumentos de recolección de datos

El instrumento que se aplicó para la recolección de datos es el cuestionario el cual va a ser elaborado en base a la escala de Likert, la cual es la de uso más amplio en encuestas para la investigación.

Para llegar a la elaboración de este instrumento lo primero es encontrar el objeto de la investigación, del cual se derivan las palabras claves de la investigación y estas son las variables: Independiente= Motivación y Dependiente= Clima Laboral, que posteriormente han sido llevadas al cuadro de herramientas, donde han sido definidas. De esa definición se han sacado las segundas palabras claves que también se han definido y de cuyas definiciones se han generado los indicadores.

Según Collado, Sampieri & Baptista (2014), la elaboración de la Escala de Likert.

Preparación de los ítems iniciales; se obtienen enunciados afirmativos y negativos sobre el tema o actitud que se procura medir, el número de enunciados elaborados debe ser mayor al número final de enunciados incluidos en la versión final.

- A. Administración de los ítems a una muestra representativa de la población cuya actitud deseamos medir.
- B. Asignación de puntajes a los ítems.
- C. Asignación de puntuaciones a los sujetos.
- D. Análisis y selección de los ítems.

Un elemento de tipo Likert es una afirmación que se le hace a los encuestados para que ellos lo valoren en relación a su juicio; por lo general se pide a los encuestados que expresen su grado de acuerdo o desacuerdo.

El formato de un típico elemento de Likert con 5 niveles de respuesta:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo (Indiferente)
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

La Escala de Likert es un método de escala bipolar que mide tanto el grado positivo como negativo de cada enunciado.

3.7. Procedimiento para la recolección de datos.

Para la recolección de datos en nuestra investigación se aplicará en primer lugar, la entrevista al Gerente de tienda y por consiguiente se realizará la encuesta a los colaboradores del área de ventas de Tiendas EFE sede Chiclayo; quienes brindaran la información necesaria que se requiere para llevar a cabo este estudio.

3.8. Análisis estadísticos para la recolección de datos

La investigación cuantitativa que se logrará por la aplicación de las técnicas de recolección de datos, serán evaluadas para su tratamiento estadístico descriptivo utilizando programas como el SPSS 21 para ordenarlos, tabularlos y presentarlos en figuras con sus respectivas descripciones e interpretaciones.

Este análisis nos llevara a la aceptación o rechazo de las hipótesis, previa contrastación.

La interpretación es el paso para unir los datos adquiridos, así como de las consecuencias que de ellas pueda derivarse. De esta forma, el análisis y la interpretación de los resultados servirán para establecer las estrategias de la propuesta y las conclusiones del trabajo de investigación.

3.9. Criterios éticos.

Los criterios éticos que fueron formados en cuenta para la investigación están detallados en la siguiente tabla.

Criterios	Características éticas del criterio
Consentimiento informado	Los participantes estuvieron de acuerdo con ser informantes y reconocieron sus derechos y responsabilidades.
Confidencialidad	Se les informó la seguridad y protección de su identidad como informantes valiosos de la investigación.
Observación participante	Los investigadores actuaron con prudencia durante el proceso de acopio de los datos asumiendo su responsabilidad ética para todos los efectos y consecuencias que se derivaron de la interacción establecida con los sujetos participantes del estudio.

Fuente: Elaborado en base a: Noreña, A.I; Alcaraz - Moreno, N.; Rojas, J.G.; y Rebolledo - Malpica, D. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y ético en la investigación cualitativa. *Aquichan*, 12(3). 263 - 274. Disponible: <http://aquichan.unisabana.edu.co/index.php/aquichan/article/view/1824/pdf>

3.10. Criterios de rigor científico

Los criterios de rigor científico que fueron tomados en cuenta para la investigación están detallados en la siguiente tabla.

Criterios	Características del criterio	Procedimientos
<p>Credibilidad mediante el valor de la verdad y autenticidad</p>	<p>Resultados de las variables observadas y estudiadas</p>	<p>1. Los resultados reportados son reconocidos como verdaderos por los participantes.</p> <hr/> <p>2. Se realizó la observación de las variables en su propio escenario.</p> <hr/> <p>3. Se procedió a detallar la discusión mediante el proceso de la triangulación.</p>
<p>Transferibilidad y aplicabilidad</p>	<p>Resultados para la generación del bienestar organizacional mediante la transferibilidad</p>	<p>1. Se realizó la descripción detallada del contexto y de los participantes en la investigación.</p> <hr/> <p>2. La recogida de los datos se determinó mediante el muestreo teórico, ya que se codificaron y analizaron de forma inmediata la información proporcionada.</p> <hr/> <p>3. Se procedió a la recogida exhaustiva de datos mediante el acopio de información suficiente, relevante y apropiada mediante el cuestionario, la observación y la documentación.</p>
<p>Consistencia para la replicabilidad</p>	<p>Resultados obtenidos mediante el método mixto</p>	<p>1. La triangulación de la información (datos, investigadores y teorías) permitiendo el fortalecimiento del reporte de la discusión.</p>

		<p>2. El cuestionario empleado para el recojo de la información fue certificada por evaluadores externos para autenticar la pertinencia y relevancia del estudio por ser datos de fuentes primarias.</p> <p>3. Se detalla con coherencia el proceso de a recogida de los datos, el análisis e interpretación de los mismos haciendo uso de los enfoques de la ciencia: (a) empírico, (b) crítico y, © vivencial.</p>
<p>Confirmabilidad y neutralidad</p>	<p>Los resultados de la investigación tienen veracidad en la descripción</p>	<p>1. Los resultados fueron contrastados con la literatura existente.</p> <p>2. Los hallazgos de la investigación fueron contrastados con investigaciones del contexto internacional, nacional y regional estudiadas de los últimos cinco años de antigüedad.</p> <p>3. Se declaró la identificación y descripción de las limitaciones y alcance encontrada por el investigador.</p>
<p>Relevancia</p>	<p>Permitió el logro de los objetivos planteados obteniendo un mejor estudio de las variables</p>	<p>1. Se llegó a la comprensión amplia de las variables estudiadas.</p> <p>2. Los resultados obtenidos tuvieron correspondencia con la justificación.</p>

Fuente: Elaborado en base a: Noreña, A.I; Alcaraz - Moreno, N.; Rojas, J.G.; y Rebolledo - Malpica, D. (2012). **Aplicabilidad de los criterios de rigor y ético en la investigación cualitativa.** *Aquichan*, 12(3). 263 - 274. Disponible: <http://aquichan.unisabana.edu.co/index.php/aquichan/article/view/1824/pdf>

CAPÍTULO IV:
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN
DE LOS RESULTADOS

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1. Resultados en tablas y gráficos.

Tabla 4.1.1. Nivel del coeficiente de correlación de Pearson de la variable Motivación y Clima Laboral.

Correlaciones			
		Clima Laboral	Motivación
	Correlación de Pearson	1	.655**
Clima Laboral	Sig. (bilateral)		.000
	N	27	27
	Correlación de Pearson	.655**	1
Motivación	Sig. (bilateral)	.000	
	N	27	27

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia.

Según Sampieri, Collado & Baptista (1999) las escalas de interpretación del coeficiente de correlación de Pearson entre las variables Motivación y Clima laboral de la empresa Tiendas EFE, Chiclayo. Existe un nivel de correlación positiva considerable de 1, por ende, nos permite constatar y aceptar la hipótesis que existe relación entre la variable Motivación y Clima laboral en la empresa Tiendas EFE, sede Chiclayo.

4.2. Análisis de Motivación según indicadores de la empresa Tiendas EFE sede Chiclayo, 2016.

Tabla 4.2.1. Nivel de Motivación de la empresa Tiendas EFE sede Chiclayo, 2016.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente no	0	0%
No	2	7.4%
Indeciso	7	25.9%
Si	16	59.3%
Definitivamente si	2	7.4%
Total	27	100

Fuente: Elaboración Propia.

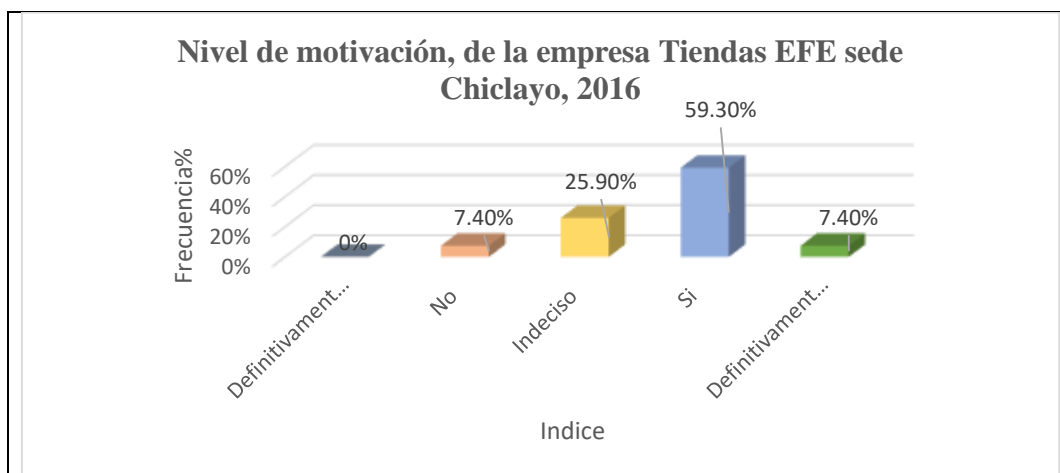


Figura 4.2.1. El 59.3% de colaboradores si se siente motivado en Tiendas EFE, Sede Chiclayo, mientras que el 7.4% no se siente motivado y el 25.9% se encuentran indecisos, esto quiere decir que gran parte de los colaboradores si se sienten motivados dentro de la organización.

Interpretación: Esto indico que los colaboradores si reciben estímulos por Tiendas EFE que lo guían a desempeñarse de mejor o peor manera en su trabajo, los estímulos pueden ser no tan solo de trabajo sino también por su familia o amistades.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 4.2.1.1. Nivel de Motivación según la dimensión Motivación Intrínseca de la empresa Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente no	0	0%
No	1	3.70%
Indeciso	8	29.60%
Si	14	51.90%
Definitivamente si	4	14.80%
Total	27	100

Fuente: Elaboración propia.

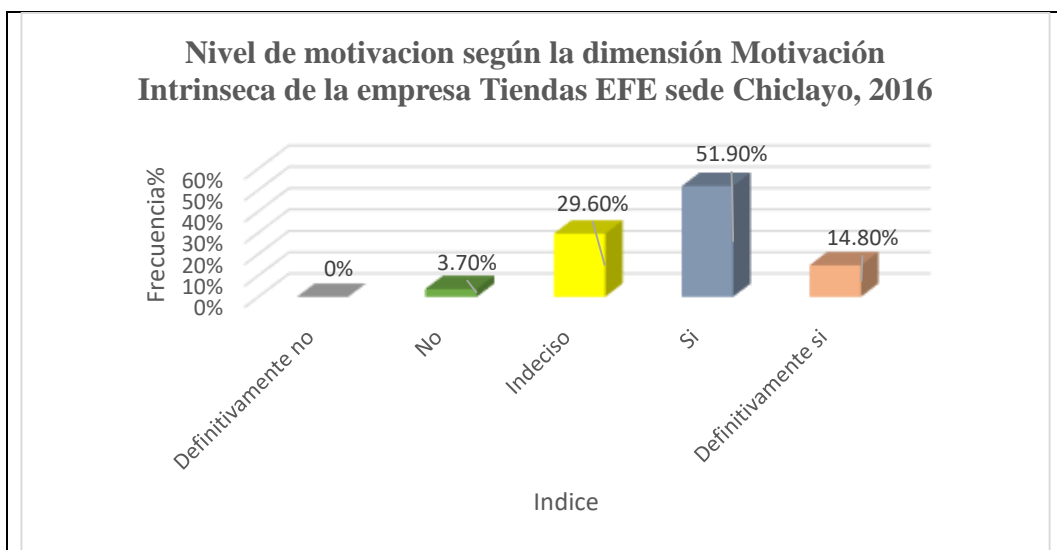


Figura 4.2.1.1. El 51.90% de los colaboradores considera que, si está motivado de manera intrínseca, el 29.60% se siente indeciso, el 14.80% opina definitivamente si, y el 3.70% no se siente motivado de manera intrínseca, esto indica que gran parte de los colaboradores realiza actividades para satisfacer sus deseos de autorrealización.

Interpretación: Si existe motivación de manera extrínseca, es decir, reciben recompensas o estímulos para realizar el trabajo y ponerle mayor interés.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.2.1.2. Nivel de Motivación según la dimensión Motivación Extrínseca de la empresa Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente no	0	0%
No	2	7.40%
Indeciso	6	22.20%
Si	18	66.70%
Definitivamente si	1	3.70%
Total	27	100

Fuente: Elaboración propia.

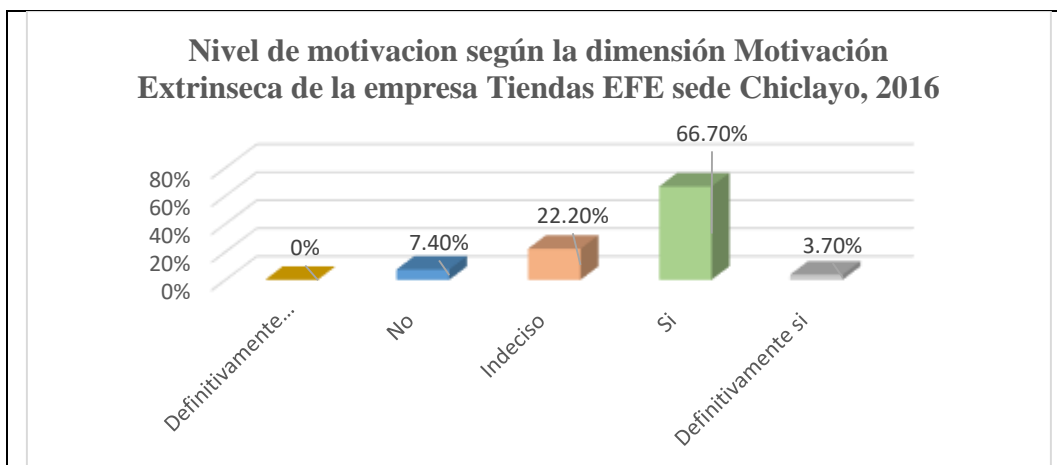


Figura 4.1.1.2. El 66.70% de los colaboradores está motivado de manera extrínseca, el 22.20% se siente indeciso, el 7.40% no está motivado extrínsecamente y el 3.70% considera que definitivamente si están motivados de manera extrínseca. Esto indica que Tiendas EFE despierta el interés motivacional de sus colaboradores a través de recompensas externas.

Interpretación: Los colaboradores se sienten motivados de forma extrínseca, es decir, reciben recompensas o estímulos para realizar el trabajo y ponerle mayor interés.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.2.2. Resumen de dimensiones.

Motivación	Dimensiones	
	Motivación Intrínseca	Motivación Extrínseca
Definitivamente no	0%	0%
No	3.70%	7.40%
Indeciso	29.60%	22.20%
Si	51.90%	66.70%
Definitivamente si	14.80%	3.70%
Total	100	100

Fuente: Elaboración propia.

4.3. Análisis del Clima Laboral según indicadores de la empresa Tiendas EFE sede Chiclayo, 2016.

Tabla 4.3.1. Nivel de Clima Laboral en la Empresa Tiendas EFE sede Chiclayo, 2016.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente no	0	0%
No	0	0%
Indeciso	3	11.10%
Si	21	77.80%
Definitivamente si	3	11.10%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia

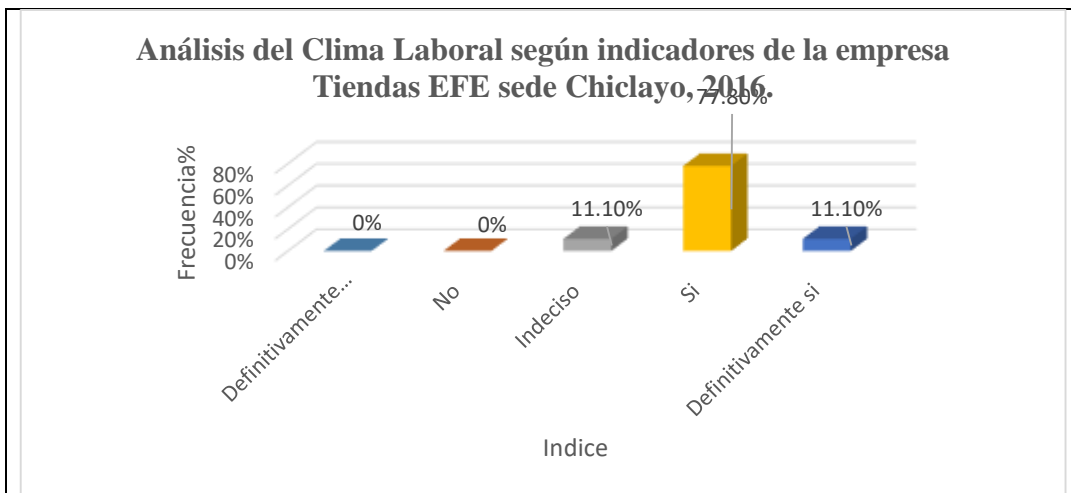


Figura 4.3.1. El 77.80% de los colaboradores considera que existe un clima laboral ameno en la organización, mientras que el 11.10% se siente indeciso. Esto indica que existe un clima laboral estable en la organización, pero aún existen inconvenientes que se tienen que manejar para que pueda mejorar.

Interpretación: Los colaboradores de Tiendas EFE consideran que el medio en el que se desarrolla el trabajo cotidiano es ameno.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4.3.1.1. Análisis del clima laboral según la dimensión Estructura de la empresa Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente no	0	0%
No	4	14.80%
Indeciso	4	14.80%
Si	17	63%
Definitivamente si	2	7.40%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

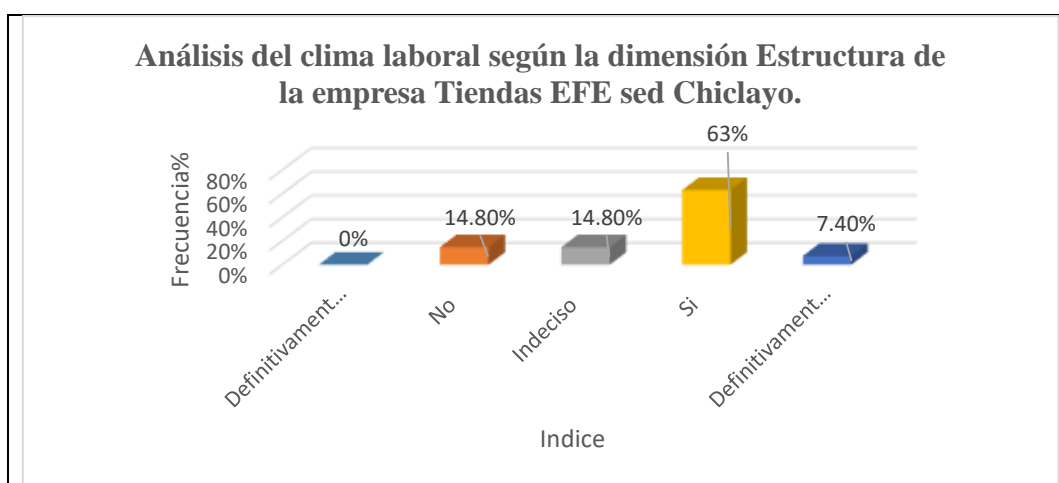


Figura 4.3.1.1. El 63% de los colaboradores conocen la estructura de la organización mientras que el 14.80% se siente indeciso, el 14.80% desconoce la estructura y el 7.40% definitivamente sí. Esto quiere decir que gran parte de los colaboradores conoce la estructura organizacional de la empresa, y sabe cuáles son las labores que debe desempeñar dentro de ella.

Interpretación: Los colaboradores de Tiendas EFE conocen la estructura de la empresa, sus reglas, procedimientos que se tienen que seguir en el desarrollo de su trabajo.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.3.1.2. Análisis del Clima laboral según la dimensión Responsabilidad de la empresa Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente no	0	0%
No	0	0%
Indeciso	0	0%
Si	17	63%
Definitivamente si	10	37%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

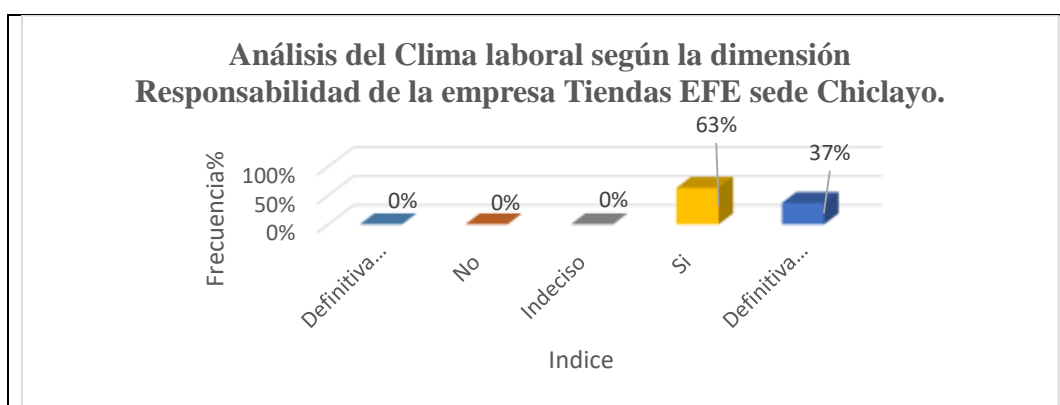


Figura 4.3.1.2. El 63% de los colaboradores consideran que, si son responsables y el 37% definitivamente si, esto indica que los colaboradores de Tiendas EFE, si son responsables en cuanto a las labores que deben desempeñar dentro de la organización.

Interpretación: Los colaboradores de Tiendas EFE sienten autonomía en la toma de decisión relacionados al trabajo que ellos ejecutan. No tienen necesidad que los supervisen constantemente en el trabajo y esto los hace sentir que son su propio jefe.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.3.1.3. Análisis del Clima laboral según la dimensión Recompensa de la empresa Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente no	7	25.90%
No	9	33.30%
Indeciso	1	3.70%
Si	7	25.90%
Definitivamente si	3	11.10%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

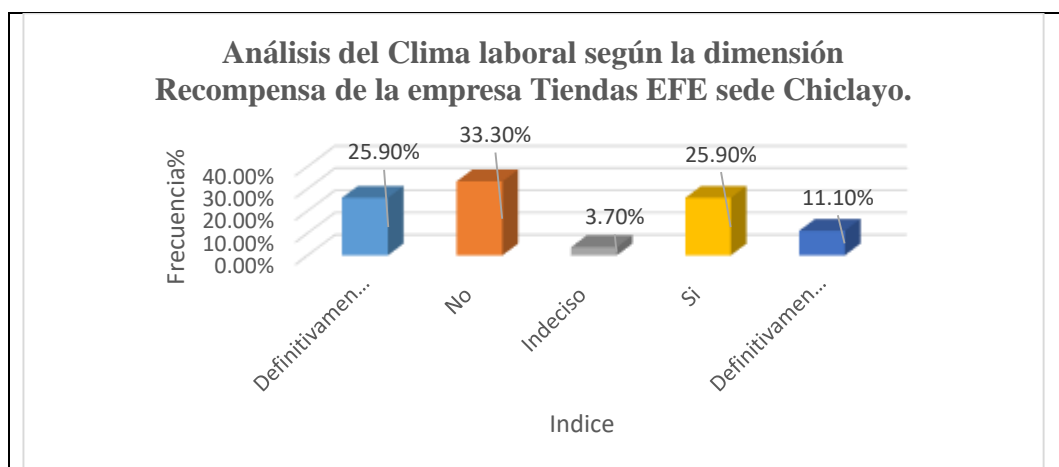


Figura 4.3.1.3. El 33.30% de los colaboradores opinan que no, mientras que el 25.90% definitivamente no, el 25.90% si, el 11.90% definitivamente si y el 3.70% se siente indeciso. Esto indica que gran parte de los colaboradores considera que no recibe recompensas ni estímulos por las labores realizadas en el trabajo.

Interpretación: Los colaboradores consideran que las recompensas que reciben en el trabajo por sus deberes realizados no son suficientes al esfuerzo que entregan a la organización.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.3.1.4. Análisis del Clima laboral según la dimensión Desafío de la empresa Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente no	0	0%
No	5	18.50%
Indeciso	0	0%
Si	10	37%
Definitivamente si	12	44.40%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

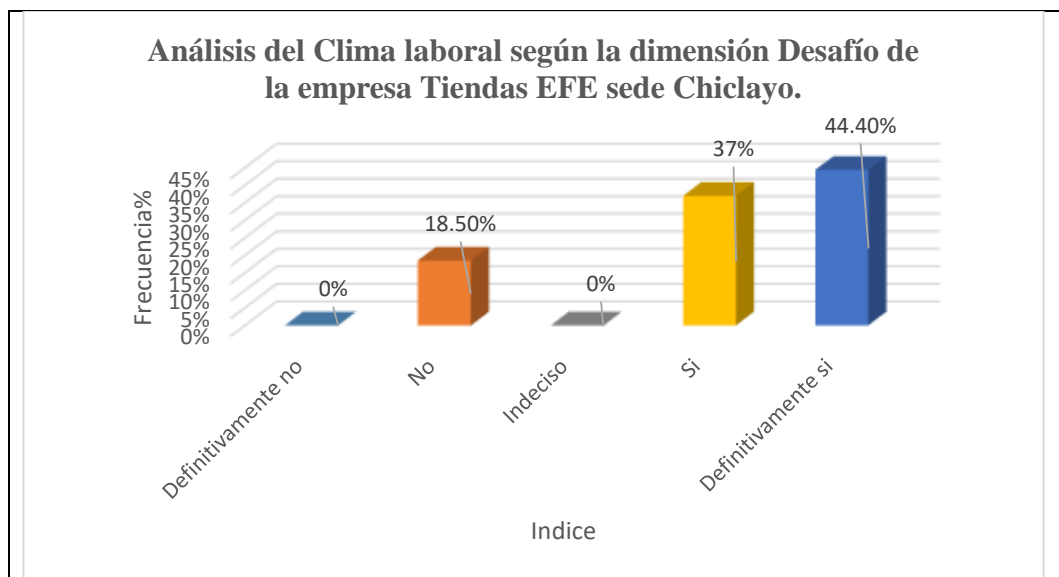


Figura 4.3.1.4. El 44.40% de los colaboradores considera que definitivamente si, el 37% si y el 18.50% considera que no, esto indica que gran parte de los trabajadores considera que asume riesgos para alcanzar las metas propuestas.

Interpretación: La organización impone desafíos en los trabajadores al momento de realizar sus labores para obtener los objetivos planteados.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.3.1.5. Análisis del Clima laboral según la dimensión Relaciones de la empresa Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente no	0	0%
No	0	0%
Indeciso	5	18.50%
Si	19	70.40%
Definitivamente si	3	11.10%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

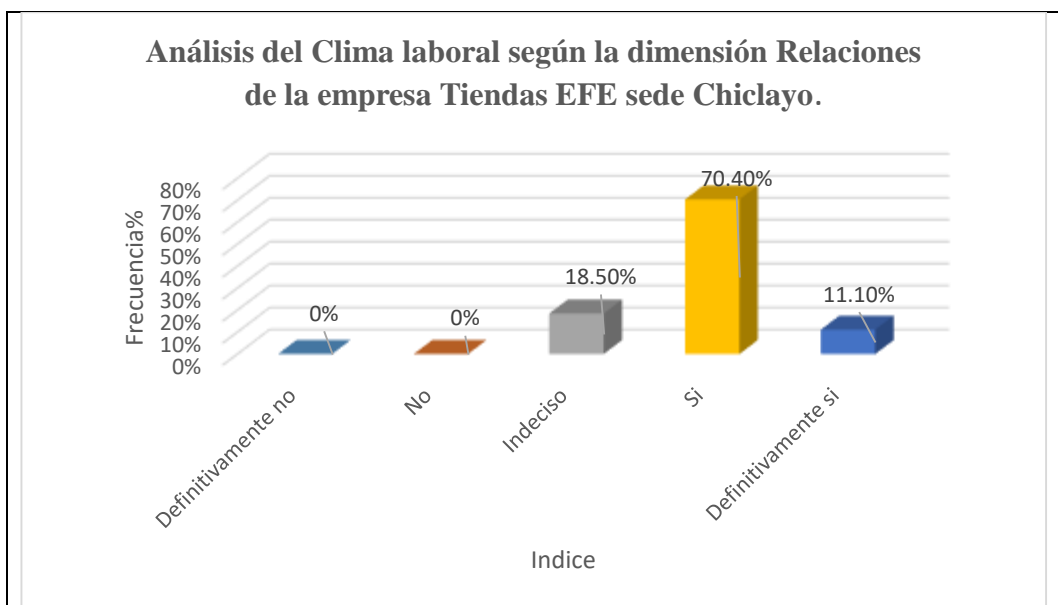


Figura 4.3.1.5. El 70.40% de los colaboradores considera que si, el 18.50% se siente indeciso y el 11.10% definitivamente sí. Esto indica que los colaboradores se involucran en las actividades que la organización realiza y tiene buena relación con su jefe.

Interpretación: Existen un ambiente de trabajo grato y de buenas relaciones sociales ya sea entre compañeros de trabajo (jefe – subordinado)

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.3.1.6. Análisis del Clima laboral según la dimensión Cooperación de la empresa Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente no	5	18.50%
No	9	33.30%
Indeciso	5	18.50%
Si	8	29.60%
Definitivamente si	0	0%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

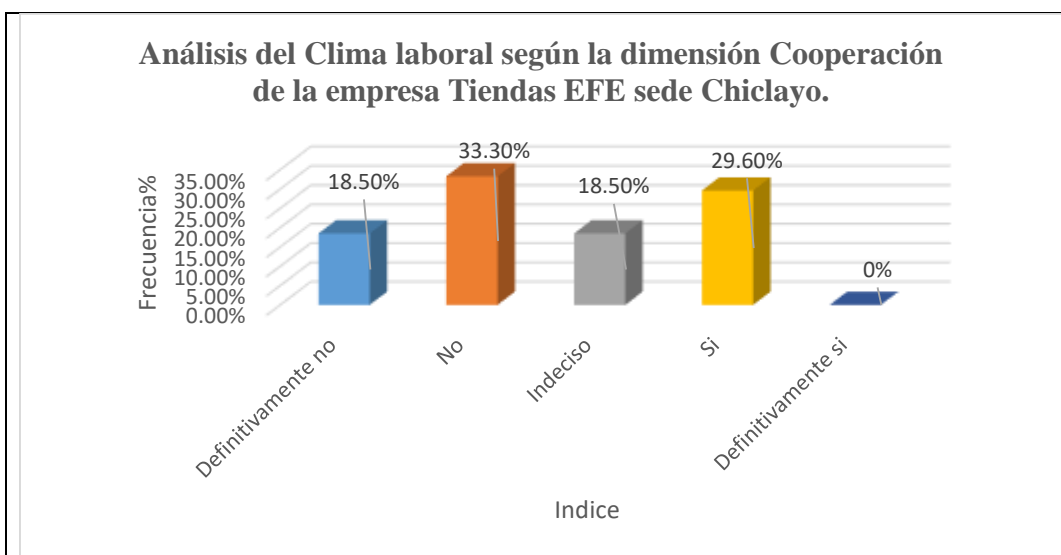


Figura 4.3.1.6. EL 33.30% de los colaboradores considera que no, el 18.50% definitivamente no y el 29.60% si, esto indica que no se fomenta y desarrolla el trabajo en equipo entre compañeros y jefes dentro de la organización.

Interpretación: No existe un espíritu de ayuda entre compañeros de trabajo y esto genera malestar entre compañeros en muchas ocasiones creando un clima laboral un poco desfavorable.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.3.1.7. Análisis del Clima laboral según la dimensión Estándares de la empresa Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente no	3	11.10%
No	19	70.40%
Indeciso	1	3.70%
Si	3	11.10%
Definitivamente si	1	3.70%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

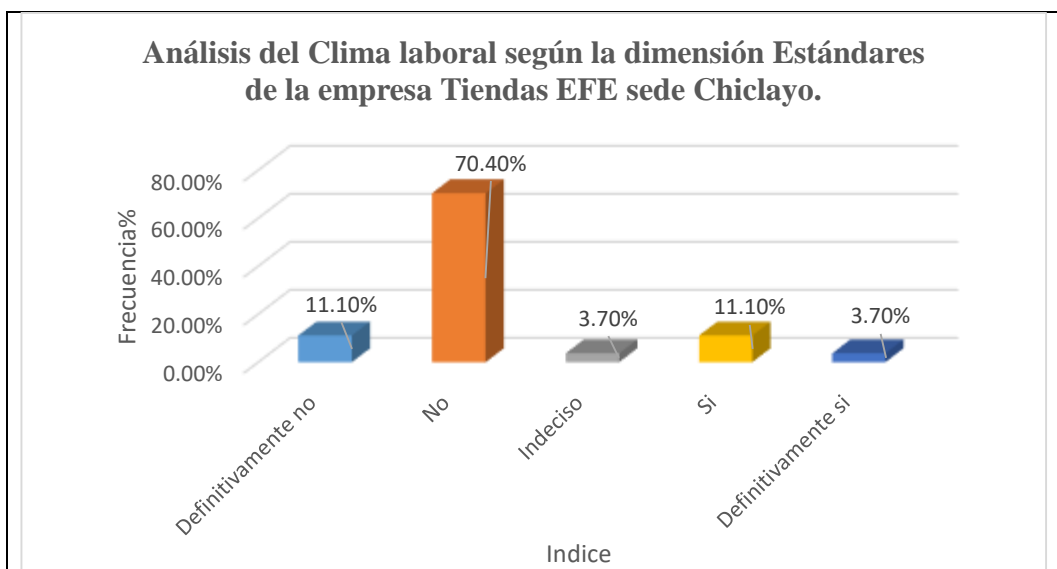


Figura 4.3.1.7. El 70.40% considera que no, el 11.10% definitivamente no, el 11.10% que sí, y el 3.70% se siente indeciso. Esto indica que los colaboradores no se sienten conformes con las metas propuestas por el área de ventas.

Interpretación: En cuanto a las normas de rendimiento y las metas establecidas por el área de ventas los colaboradores manifiestan que son demasiado excesivos y en ocasiones inalcanzables.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.3.1.8. Análisis del Clima laboral según la dimensión Conflicto de la empresa Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente no	0	0%
No	2	7.40%
Indeciso	0	0%
Si	16	59.30%
Definitivamente si	9	33.30%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

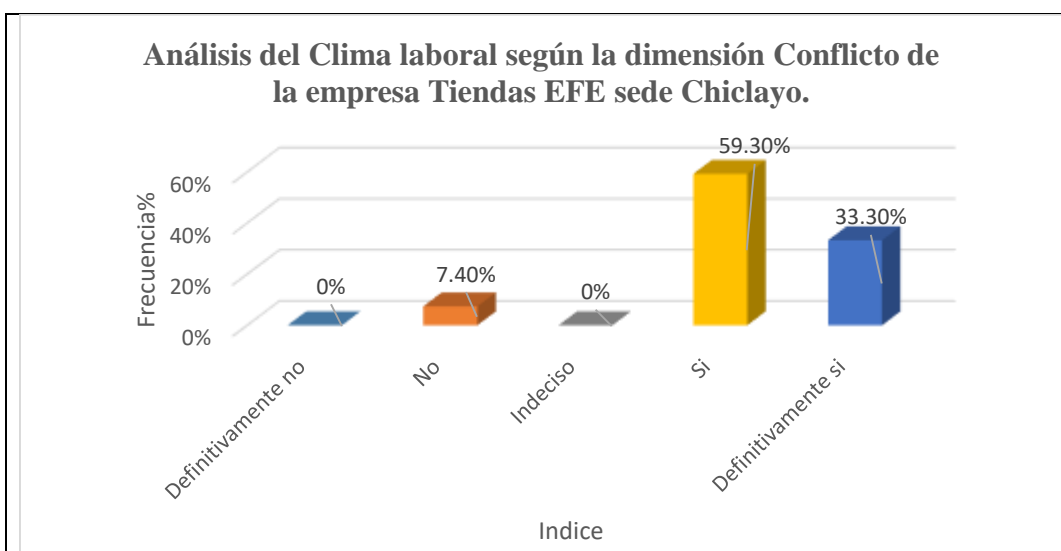


Figura 4.3.1.8. EL 59.30% de los colaboradores considera que si, el 33.30% definitivamente si y el 7.40% no, esto indica que en la organización surgen conflictos, pero los colaboradores actúan rápidamente para solucionarlo.

Interpretación: Los miembros de la organización consideran que a veces surgen conflictos por opiniones diversas y que muchas veces no logran acordar muy bien, pero procuran solucionar los conflictos rápidamente porque eso incomoda a los demás colaboradores y no dejan seguir con sus funciones.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.3.1.9. Análisis del Clima laboral según la dimensión Identidad de la empresa Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente no	4	14.80%
No	0	0%
Indeciso	0	0%
Si	7	25.90%
Definitivamente si	16	59.30%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

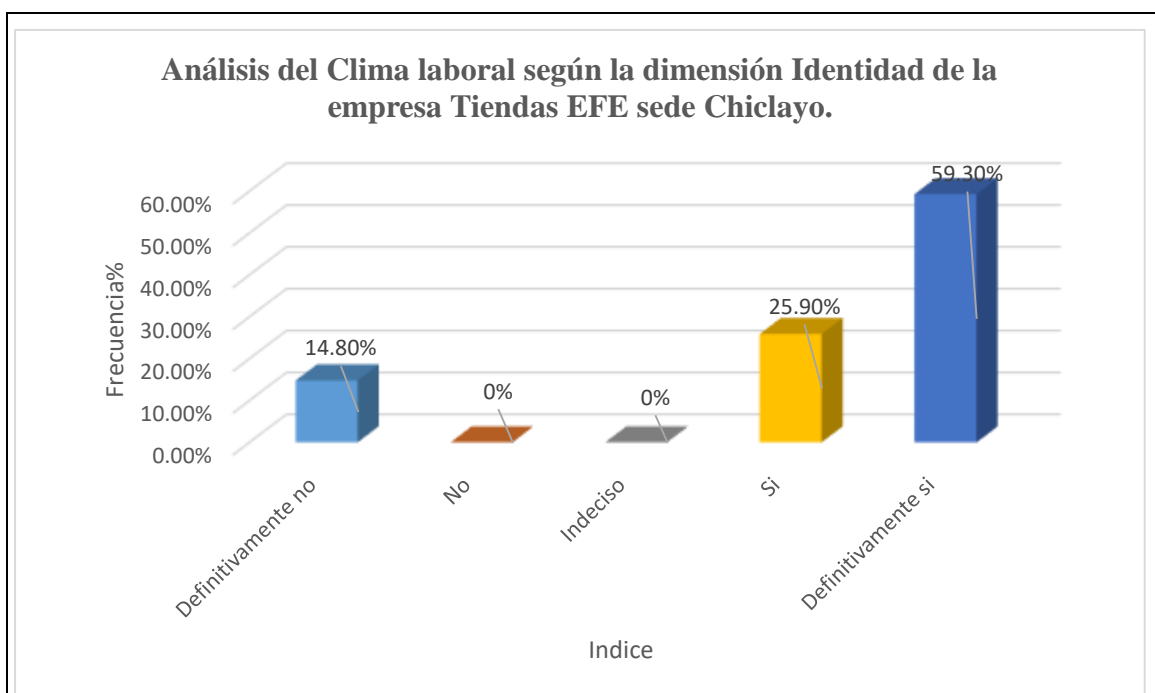


Figura 4.3.1.9. El 59.30% definitivamente si, el 25.90% si y el 14.80% no, esto indica que los colaboradores se sienten identificados con la organización.

Interpretación: Los colaboradores participan los objetivos personales de la organización y se sienten pertenecientes a ellos y esto es favorable para la empresa ya que es un elemento importante y valioso dentro del grupo de trabajo.

Fuente: Elaboración propia.

4.3.2. Resumen de dimensiones de clima laboral.

Clima Laboral	Estructura	Responsabilidad	Recompensa	Desafío	Relación	Cooperación	Estándares	Conflicto	Identidad
Definitivamente									
no	0%	0%	25.90%	0%	0%	18.50%	11.10%	0%	14.80%
No	14.80%	0%	33.30%	18.50%	0%	33.30%	70.40%	7.40%	0%
Indeciso	14.80%	0%	3.70%	0%	18.50%	18.50%	3.70%	0%	0%
Si	63%	63%	25.90%	37%	70.40%	29.60%	11.10%	59.30%	25.90%
Definitivamente						0%			
si	7.40%	37%	11.10%	44.40%	11.10%		3.70%	33.30%	59.30%
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

4.1. Análisis de las encuestas aplicadas de motivación en la Tiendas EFE, sede Chiclayo – 2016.

Tabla 4.4.1 Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	16	59.30%
De acuerdo	6	22.20%
Indiferente	1	3.70%
Desacuerdo	2	7.40%
Totalmente en desacuerdo	2	7.40%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

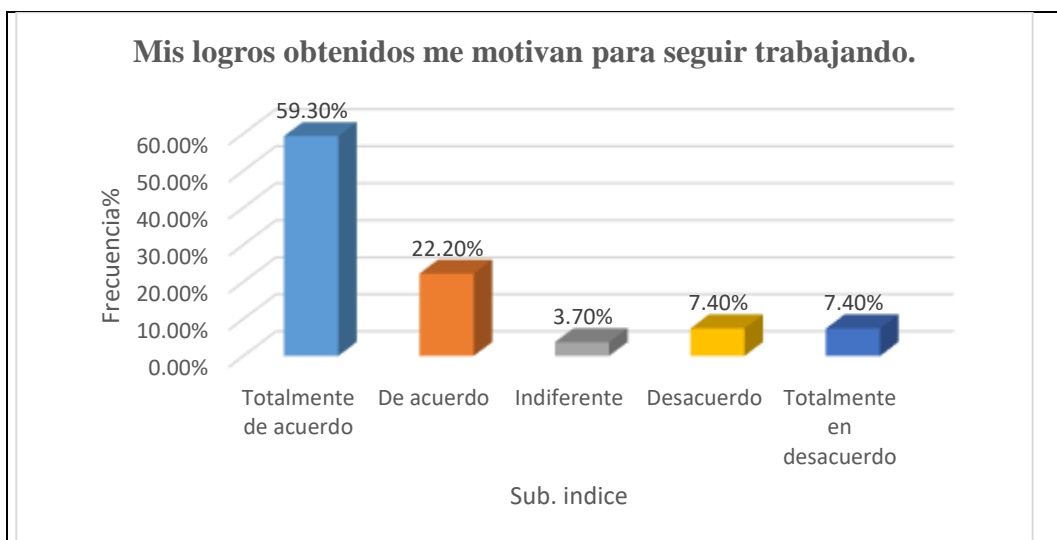


Figura 4.4.1. En el enunciado aplicado encontramos que los logros obtenidos del personal los motiva para seguir trabajando; 59% está totalmente de acuerdo, el 22% se encuentra de acuerdo, el 4% se siente indiferente, el 7% está en desacuerdo y el 7% se encuentra en totalmente desacuerdo.

Interpretación: Los colaboradores manifiestan que los logros que ellos realizan les motivan para seguir con sus labores.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.4.2. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	6	22.20%
De acuerdo	11	40.70%
Indiferente	0	0.00%
Desacuerdo	10	37.00%
Totalmente desacuerdo	0	0.00%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

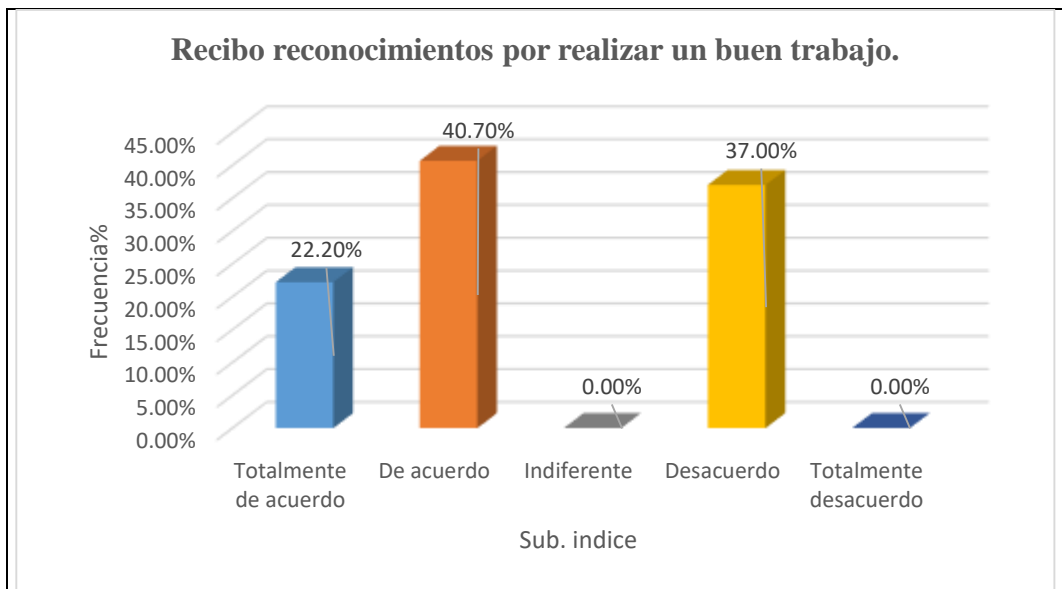


Figura 4.4.2. En la aplicación de la encuesta el personal recibe reconocimiento por realizar un buen trabajo; 22% está totalmente de acuerdo, el 41% se encuentra de acuerdo y el 37% está en desacuerdo.

Interpretación: Los colaboradores del área de ventas, generan que un mayor porcentaje que están siendo reconocidos por el trabajo que ejecutan.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.4.3. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	2	7.40%
De acuerdo	9	33.30%
Indiferente	2	7.40%
Desacuerdo	8	29.60%
Totalmente en desacuerdo	6	22.20%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

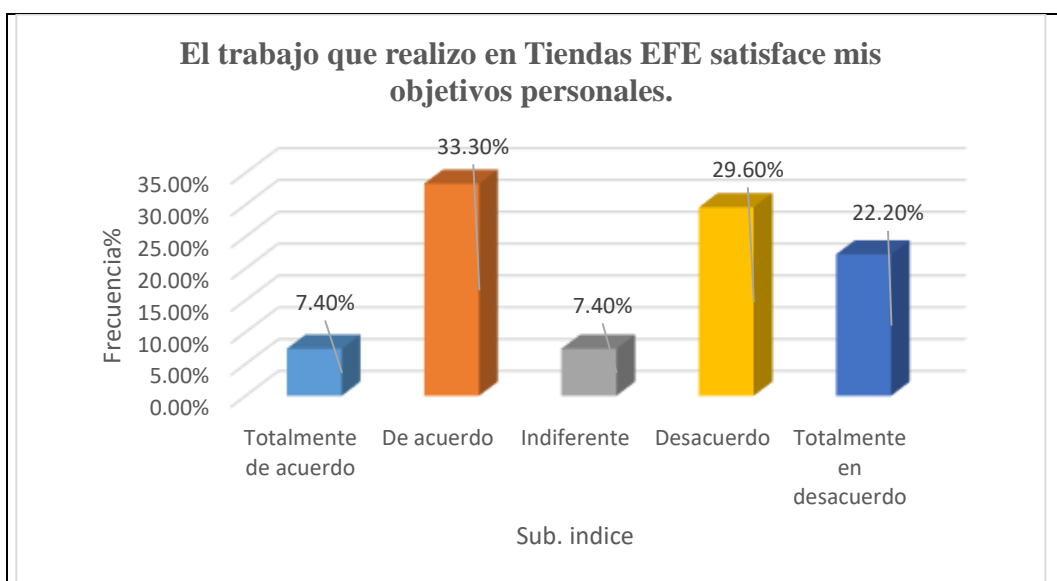


Figura 4.4.3. En los resultados obtenidos por medio de la encuesta el trabajo que se realiza en tiendas EFE satisface sus objetivos personales; 7% está totalmente de acuerdo, el 33% se encuentra de acuerdo, el 7% se siente indiferente, el 30% está en desacuerdo y el 22% se encuentra en totalmente desacuerdo.

Interpretación: Esto nos da a entender que los colaboradores de Tiendas EFE no satisfacen sus objetivos personales en la entidad.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.4.4. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	7	25.90%
Indiferente	5	18.50%
Desacuerdo	8	29.60%
Totalmente en desacuerdo	7	25.90%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

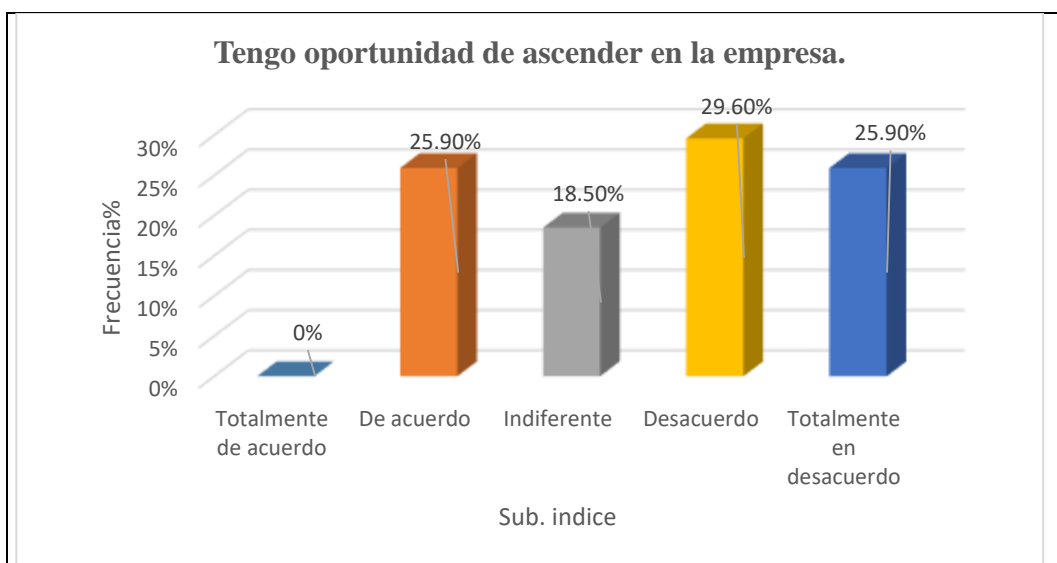


Figura 4.4.4. El 26% de los colaboradores está de acuerdo y consideran que tienen una oportunidad de ascender en la empresa, mientras que el 18% se siente indiferente, el 30% está en desacuerdo y el 26% se encuentra en totalmente desacuerdo.

Interpretación: Los trabajadores muestran su incomodidad porque en la empresa no hay oportunidades de ascender y eso hace que algunos se muestren desanimados a momento de laborar.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.4.5. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	2	7.40%
De acuerdo	7	25.90%
Indiferente	2	7.40%
Desacuerdo	6	22.20%
Totalmente en desacuerdo	10	37.00%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

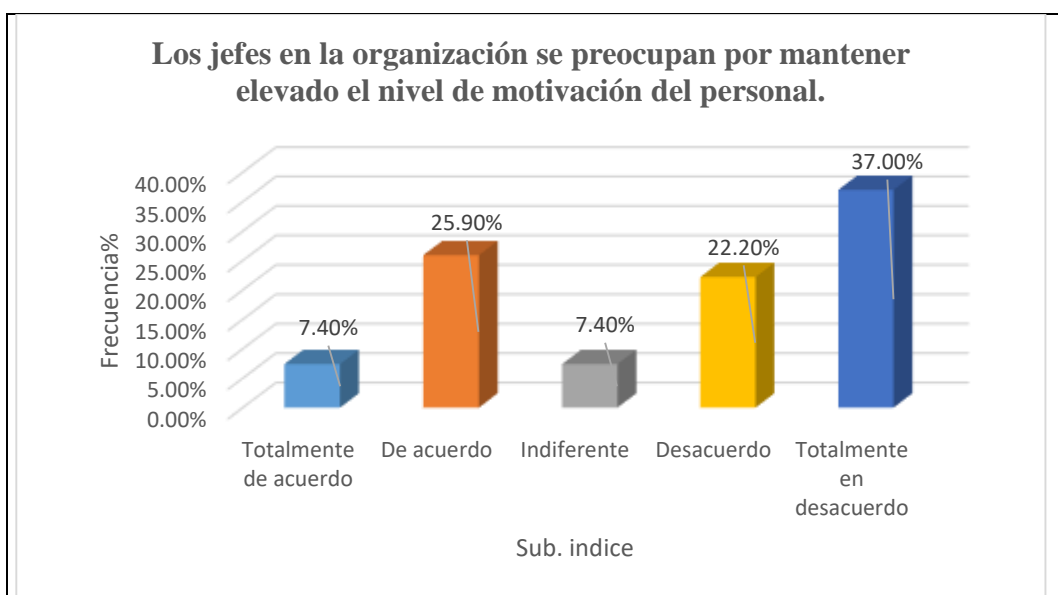


Figura 4.4.5. Según la encuesta hecha los jefes se preocupan por mantener elevado el nivel de motivación del personal; 7% está totalmente de acuerdo, el 26% se encuentra de acuerdo, el 7% se siente indiferente, el 22% está en desacuerdo y el 37% se encuentra en totalmente desacuerdo.

Interpretación: Es decir que a través de obtenidos los resultados nos genera que los colaboradores opinan que la organización no se preocupa por tener elevado su nivel de motivación en el personal de la organización.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.4.6. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	2	7.40%
De acuerdo	8	29.60%
Indiferente	0	0%
Desacuerdo	11	40.70%
Totalmente en desacuerdo	6	22.20%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

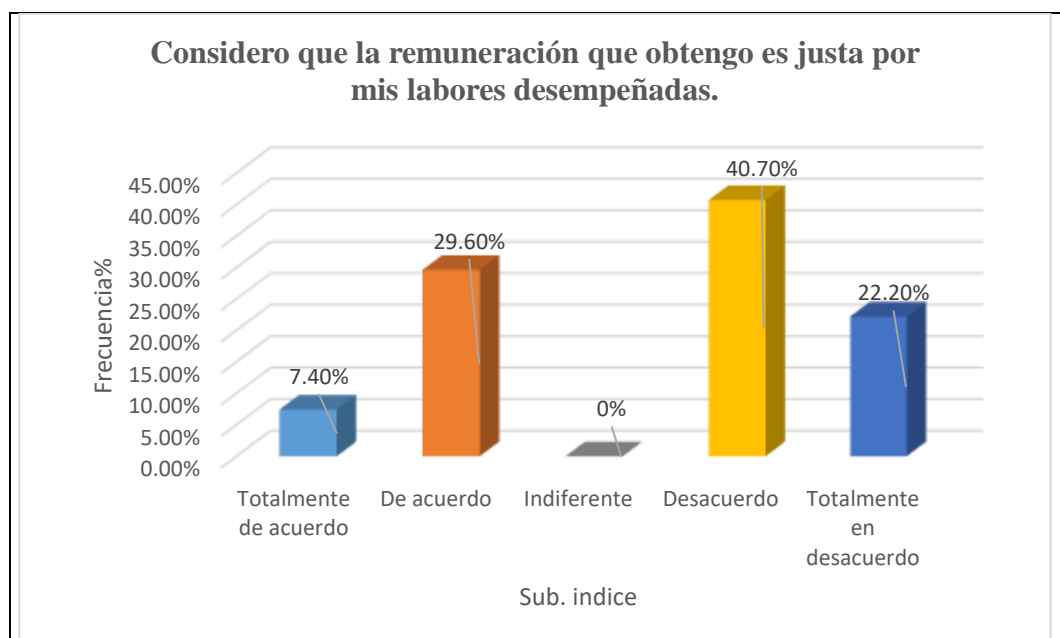


Figura 4.4.6. Los colaboradores consideran que la remuneración que obtienen es justa; 7% está totalmente de acuerdo, el 30% se encuentra de acuerdo, el 41% está en desacuerdo y el 22% se encuentra en totalmente desacuerdo.

Interpretación: Los colaboradores opinaron que a través del dinero que ellos ganan por comisión afirman que no es justa por las labores que andan desempeñando.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4.4.7. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	6	22.20%
De acuerdo	3	11.10%
Indiferente	6	22.20%
Desacuerdo	7	25.90%
Totalmente en desacuerdo	5	18.50%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

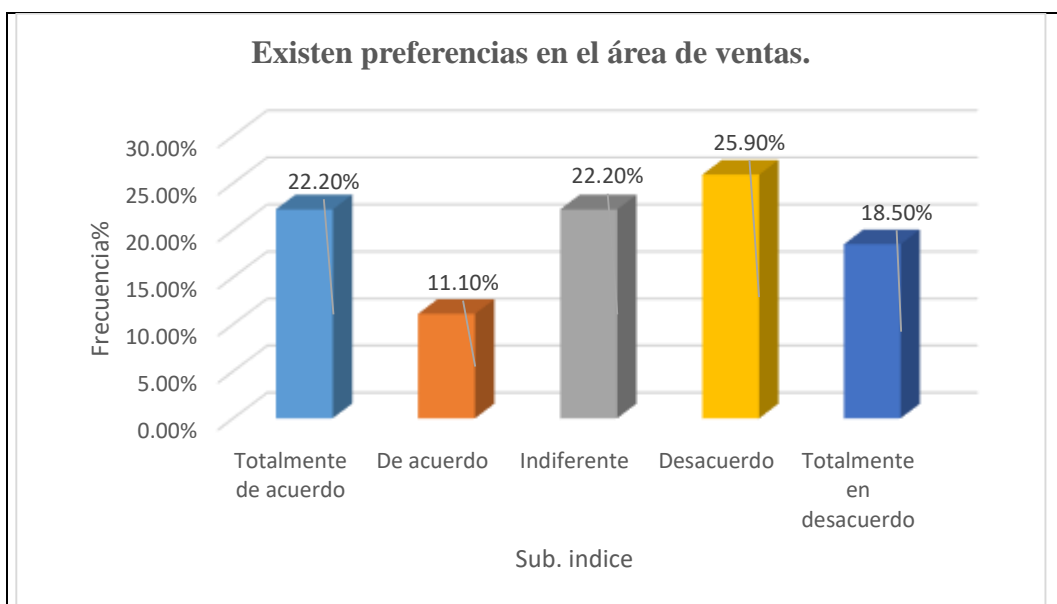


Figura 4.4.7. Según la encuesta realizada existe preferencias en el área; 22% está totalmente de acuerdo, el 11% se encuentra de acuerdo, el 22% se siente imparcial, el 26% está en desacuerdo y el 19% se encuentra en totalmente desacuerdo.

Interpretación: En Tiendas EFE exactamente en el área de ventas los colaboradores generan que no se lleva a cabo la preferencia por algunos compañeros pues cada uno vela por alcanzar sus metas propuestas.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.4.8. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	7	25.90%
De acuerdo	7	25.90%
Indiferente	7	25.90%
Desacuerdo	3	11.10%
Totalmente en desacuerdo	3	11.10%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

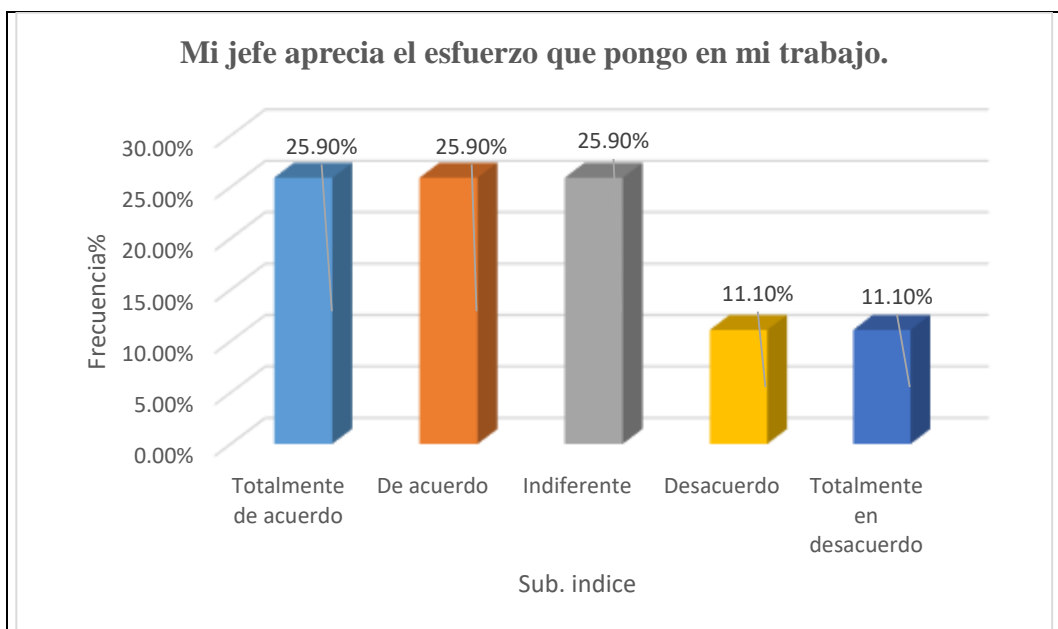


Figura 4.4.8. Manifiestan en el desarrollo de la encuesta el jefe aprecia el fuerza que realizan los colaboradores; 26% está totalmente de acuerdo, el 26% se encuentra de acuerdo, el 26% se siente imparcial, el 11% está en desacuerdo y el 11% se encuentra en totalmente desacuerdo.

Interpretación: Los colaboradores generan que están de acuerdo que su jefe aprecia el desempeño que ponen en sus actividades laborales.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.4.9. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	8	29.60%
De acuerdo	14	51.90%
Indiferente	2	7.40%
Desacuerdo	2	7.40%
Totalmente en desacuerdo	1	3.70%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

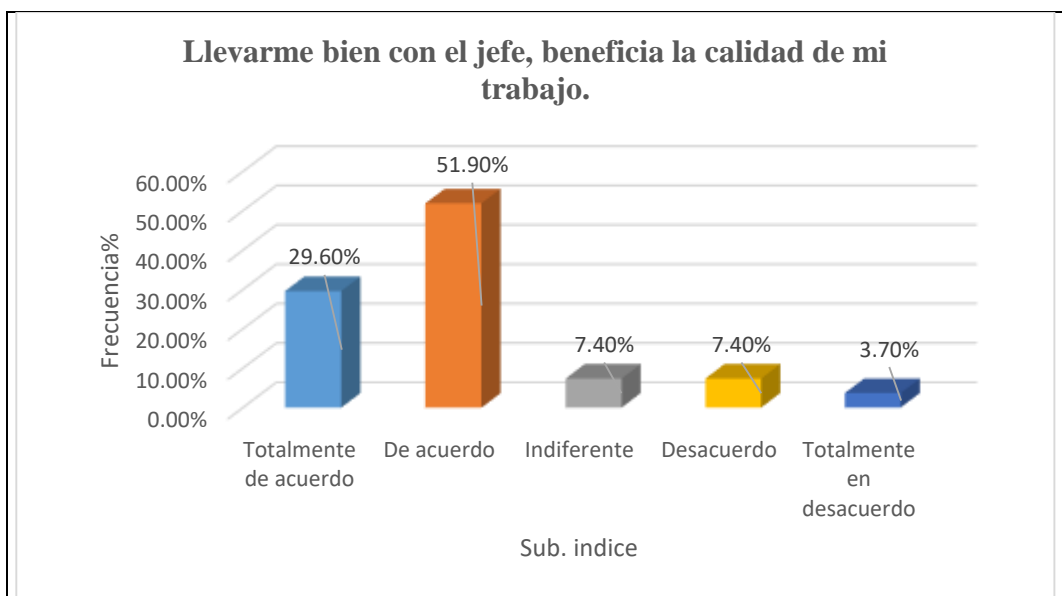


Figura 4.4.9. EL 30% considera totalmente de acuerdo a que el llevarse bien con su jefe, beneficiará su calidad de trabajo, mientras que el 52% está de acuerdo, el 7% se siente imparcial, un 7% está en desacuerdo y por último un 4% se encuentra en totalmente desacuerdo.

Interpretación: Los colaboradores manifiestan que es muy importante el llevarse adecuadamente con su jefe ya que esto trae como consecuencia un beneficio en su calidad de trabajo.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.4.10. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	5	18.50%
De acuerdo	14	51.90%
Indiferente	3	11.10%
Desacuerdo	3	11.10%
Totalmente en desacuerdo	2	7.40%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

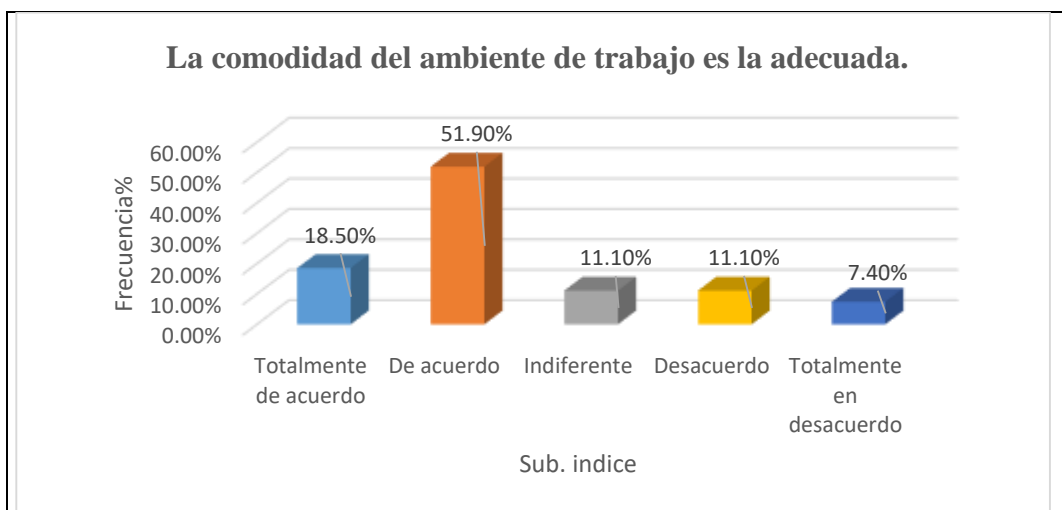


Figura 4.4.10. Los colaboradores del área de ventas de Tiendas EFE generan que la comodidad de su trabajo es adecuada, 19% considera totalmente de acuerdo, 52% está de acuerdo, el 11% se siente imparcial, un 11% está en desacuerdo y por último un 7% se encuentra en totalmente desacuerdo.

Interpretación: A través de los resultados obtenidos nos muestra que el área de ventas de Tiendas EFE tienen la comodidad apropiada para sus trabajadores por ende hay molestia para laborar tranquilamente.

Fuente: Elaboración propio.

Tabla 4.4.11. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	5	18.50%
De acuerdo	14	51.90%
Indiferente	1	3.70%
Desacuerdo	3	11.10%
Totalmente en desacuerdo	4	14.80%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

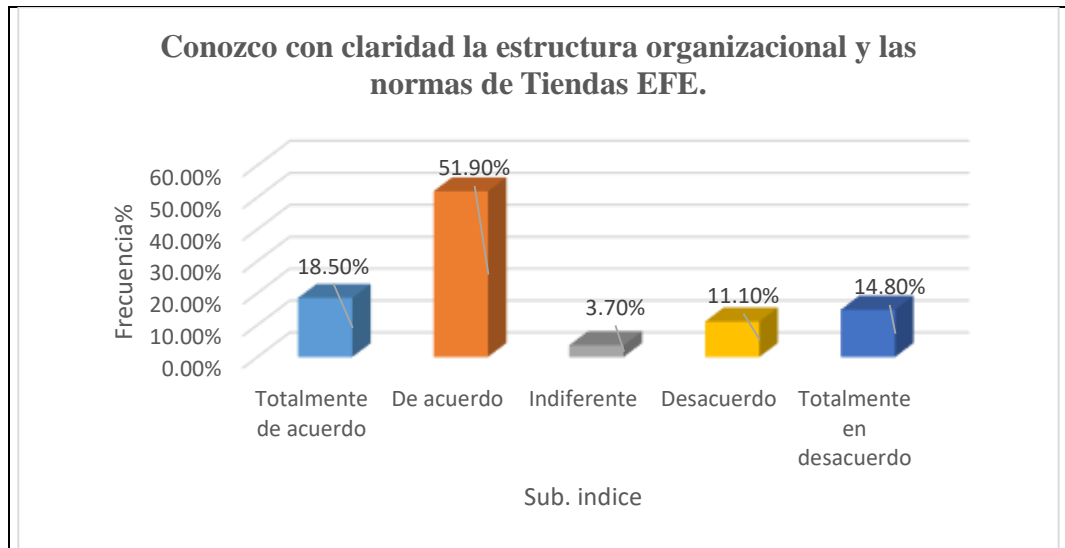


Figura 4.4.11. El 19% considera totalmente de acuerdo que conocen con claridad la estructura organizacional y las normas, mientras que el 52% está de acuerdo, el 4% se siente imparcial, un 11% está en desacuerdo y un 15% se encuentra en totalmente desacuerdo.

Interpretación: EL mayor porcentaje de los colaboradores generaron que si saben con claridad la estructura y normas de la organización lo que es posible que ellos están comprometidos.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.4.12. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	3	11.10%
De acuerdo	13	48.10%
Indiferente	2	7.40%
Desacuerdo	1	3.70%
Totalmente en desacuerdo	8	29.60%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

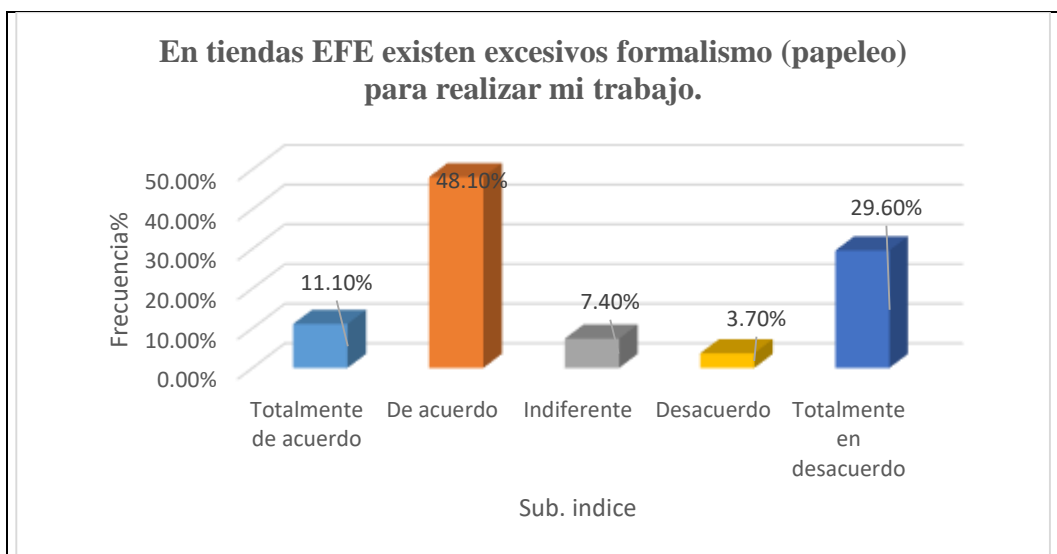


Figura 4.4.12. Según la encuesta en tiendas EFE existen excesivos formalismos para la ejecutar su trabajo, un 11% está totalmente de acuerdo, mientras que el 48% está de acuerdo, el 7% se siente imparcial, un 4% está en desacuerdo y un 30% se encuentra en totalmente desacuerdo.

Interpretación: Los colaboradores afirmaron que en tiendas EFE existen demasiado formalismo lo que genera es que la tienda prevea algún tipo de imprevisto en sus futuros clientes.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.4.13. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	11	40.70%
De acuerdo	14	51.90%
Indiferente	0	0.0%
Desacuerdo	2	7.40%
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

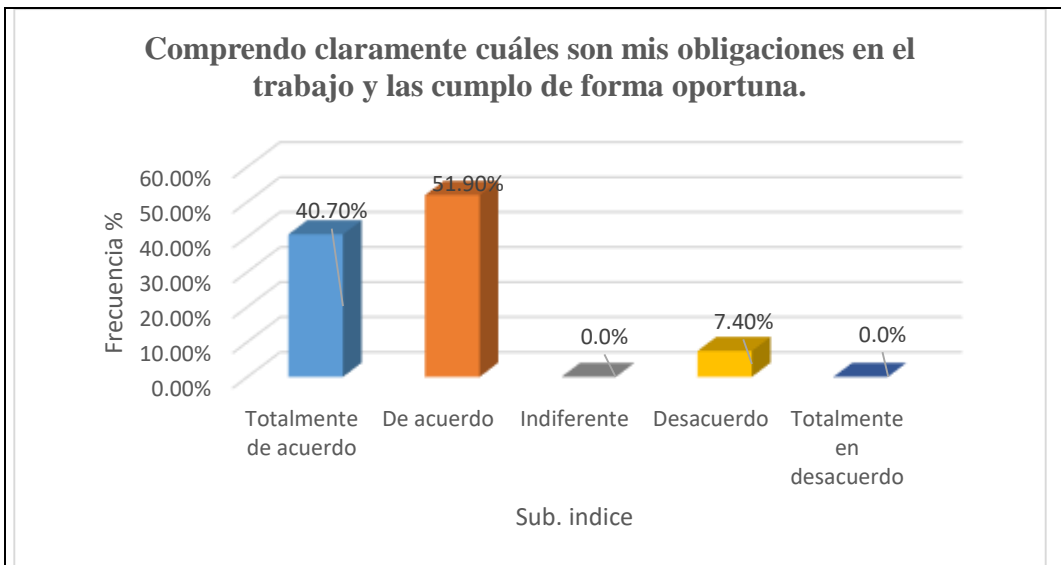


Figura 4.4.13. Los colaboradores comprenden claramente cuáles son sus obligaciones, un 41% está totalmente de acuerdo, un 52% está de acuerdo y el 7% se encuentra en desacuerdo.

Interpretación: Los colaboradores mostraron que ellos comprenden claramente sus obligaciones lo cual no les dificulta al momento de realizar sus actividades laborales.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.4.14. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	10	37.00%
De acuerdo	17	63.00%
Indiferente	0	0.00%
En desacuerdo	0	0.00%
Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

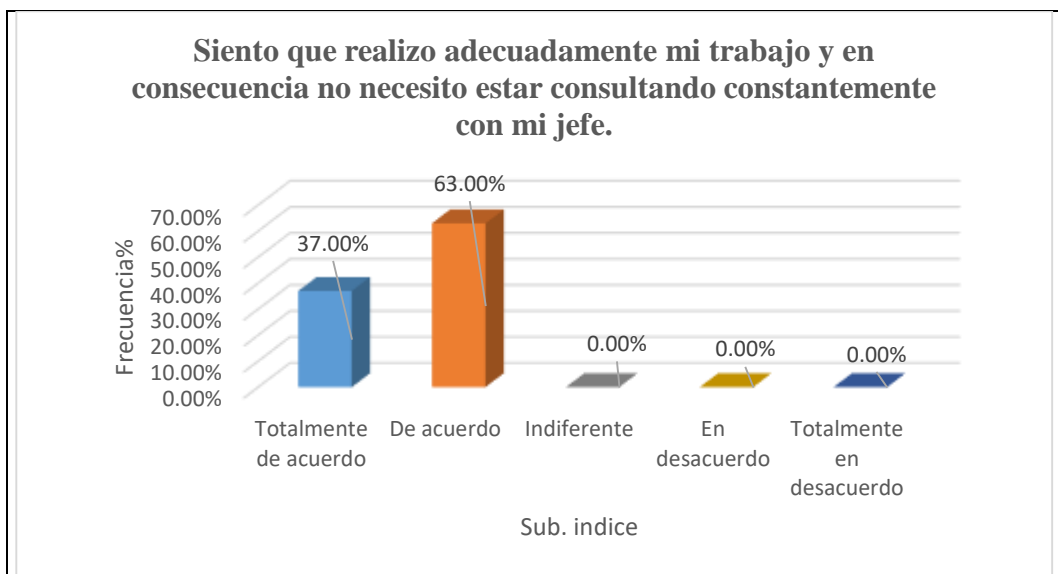


Figura 4.4.14. En la aplicación de encuesta demuestran que el realizar su trabajo adecuadamente genera el no estar consultando a su jefe, el 37% está totalmente de acuerdo y mientras que el 63% se siente de acuerdo.

Interpretación: Los colaboradores del área de ventas están muy seguros lo que hacen por ende ellos no andan consultando a su jefe lo que les permite que el jefe pueda tener buena impresión por sus tomas de decisiones.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.4.15. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	3	11.10%
De acuerdo	7	25.90%
Indiferente	1	3.70%
Desacuerdo	9	33.30%
Totalmente en desacuerdo	7	25.90%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

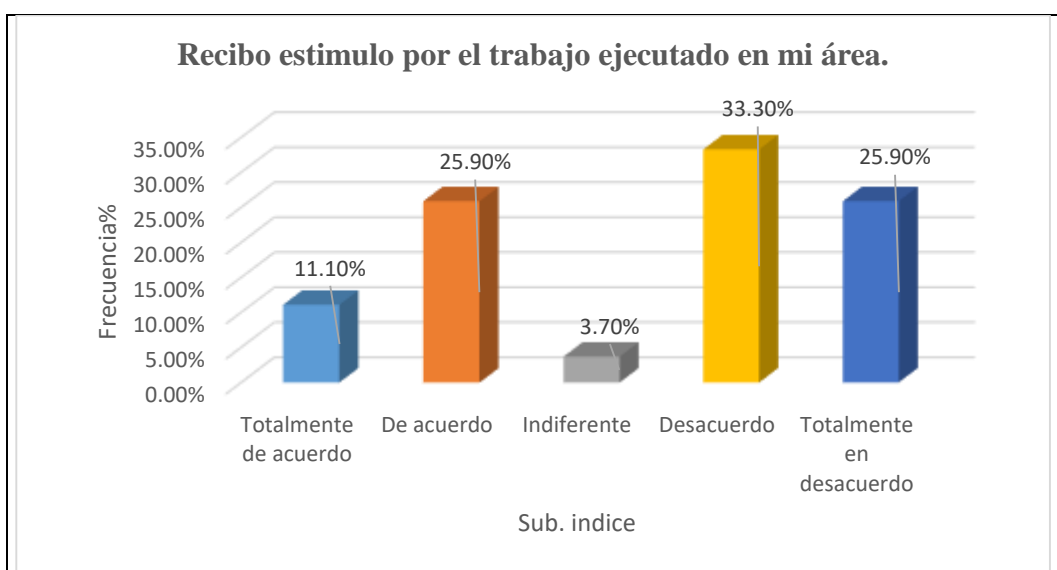


Figura 4.4.15. El 11% de los colaboradores está totalmente de acuerdo que reciben estímulos por el trabajo ejecutado en el área, el 26% está de acuerdo, el 4% se siente indiferente, el 33% está en desacuerdo y el 26% totalmente en desacuerdo.

Interpretación: Esto indica que gran parte de los colaboradores siente que no recibe estímulos por el trabajo que realiza en su área de trabajo.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.4.16. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	12	44.40%
De acuerdo	10	37.00%
Indiferente	0	0.00%
Desacuerdo	5	18.50%
Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

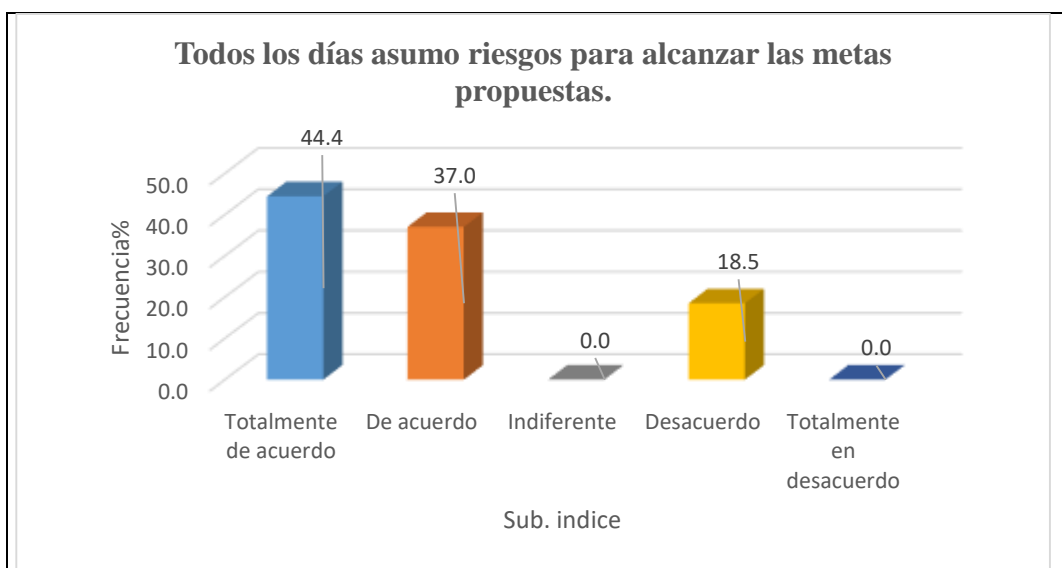


Figura 4.4.16. Las encuestas realizadas a los colaboradores de Tiendas EFE indican que el 44% está totalmente de acuerdo con que asumen riesgos para alcanzar las metas propuestas, el 37 % está de acuerdo y el 19% se encuentra en desacuerdo.

Interpretación: Esto nos genera que los colaboradores de Tiendas EFE están totalmente de acuerdo en asumir riesgos en su vida laboral con tal de obtener las metas propuestas por parte del área de ventas.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.4.17. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	4	14.80%
De acuerdo	16	59.30%
Indiferente	0	0%
Desacuerdo	6	22.20%
Totalmente en desacuerdo	1	3.70%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

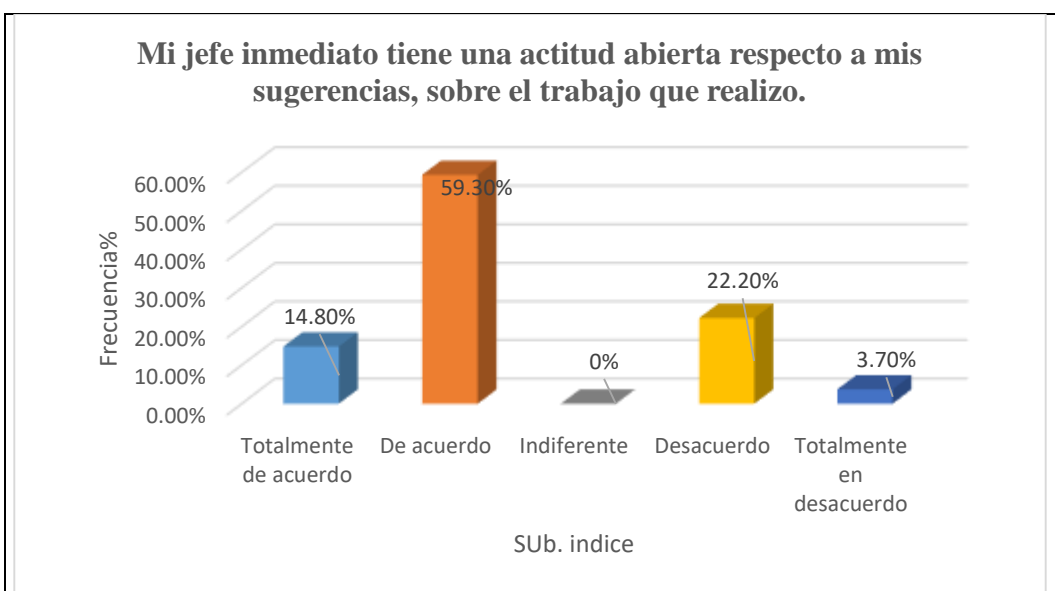


Figura 4.4.17. El 15% de los colaboradores está totalmente de acuerdo con que el jefe inmediato tiene una actitud abierta respecto a sus sugerencias y el trabajo que realizan, el 59% está de acuerdo, el 22% está en desacuerdo y el 4% está totalmente en desacuerdo con el enunciado.

Interpretación: Esto indica que los colaboradores manifiestan que su jefe inmediato considera sus sugerencias, es decir los toma en cuenta para la toma de decisiones que interfieran en su trabajo.

Fuente: Elaboración propia.

Taba 4.4.18. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	5	18.50%
De acuerdo	17	63.00%
Indiferente	5	18.50%
En desacuerdo	0	0.0%
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Figura 4.4.18. EL 19% está totalmente de acuerdo con la afirmación "me involucro en las actividades culturales y recreativas que la organización realiza. El 63% está de acuerdo y el 19% le es indiferente.

Interpretación: Es decir gran parte de los colaboradores se involucra en las actividades que realiza Tiendas EFE, ya sean culturales o recreativas.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.4.19. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	0	0.00%
De acuerdo	5	18.50%
Indiferente	4	14.80%
Desacuerdo	12	44.40%
Totalmente en desacuerdo	6	22.20%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

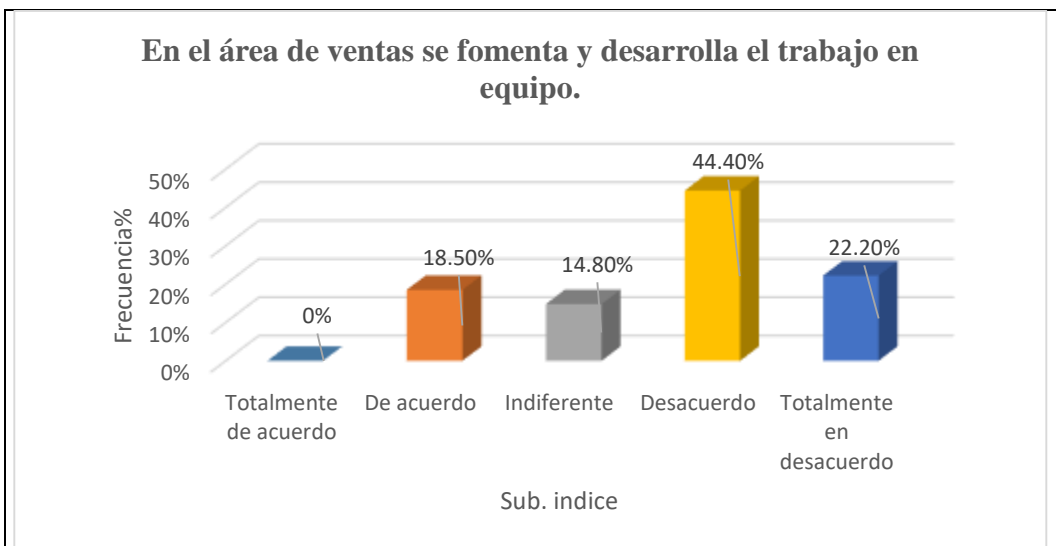


Figura 4.4.19. En el área de ventas se fomenta y desarrolla el trabajo en equipo, el 19% de los colaboradores está de acuerdo, el 15% se siente indiferente, el 44% está en desacuerdo y el 22% está totalmente en desacuerdo.

Interpretación: Los colaboradores del área de ventas generan que el mayor porcentaje se generan que no se fomenta y ni se desarrolla el trabajo en equipo.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.4.20. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	3	11.10%
De acuerdo	7	25.90%
Indiferente	1	3.70%
Desacuerdo	5	18.50%
Totalmente en desacuerdo	11	40.70%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

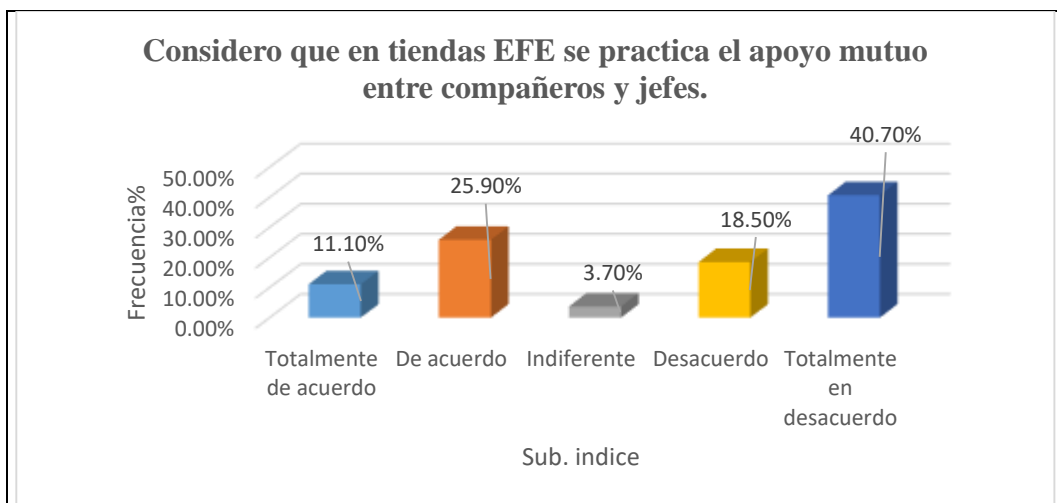


Figura 4.4.20. Según la encuesta aplicada están totalmente de acuerdo el 11% con que se practica el apoyo mutuo entre compañeros y jefes, el 26% está de acuerdo, el 4% se siente indiferente, mientras que un 19% está en desacuerdo como también un 41% está en totalmente en desacuerdo que no existe apoyo mutuo entre compañeros.

Interpretación: Los trabajadores manifiestan que no se lleva constantemente el trabajo mutuo ya sea entre jefes o compañeros de áreas, ya que unos de los motivos serían que cada uno busca cumplir sus metas.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.4.21. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	3	11.10%
Indiferente	1	3.70%
Desacuerdo	19	70.40%
Totalmente en desacuerdo	4	14.80%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

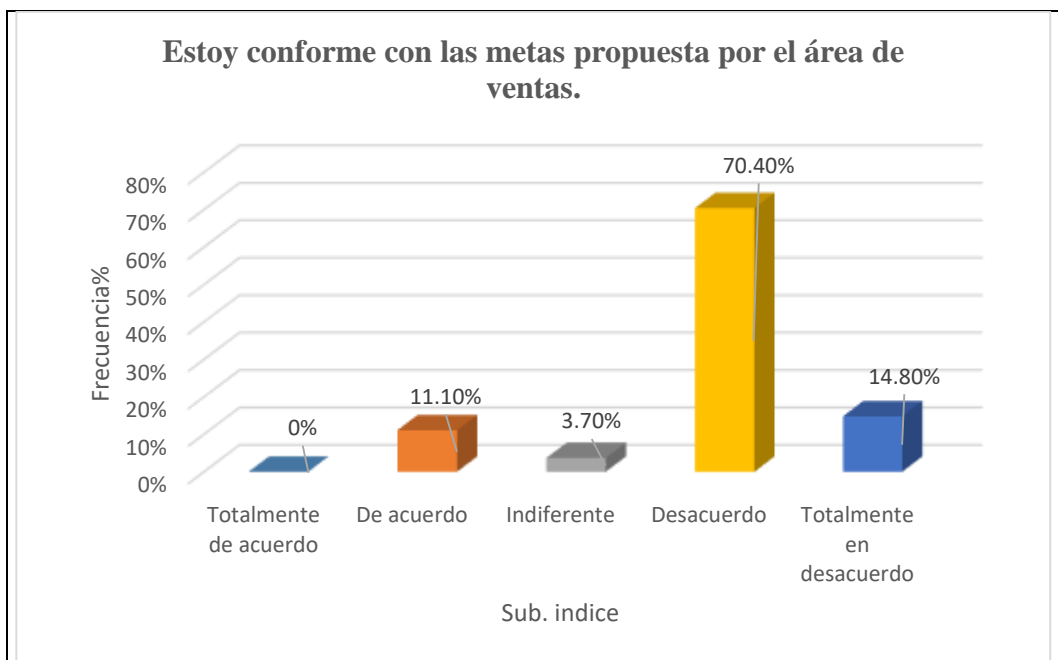


Figura 4.4.21. El 11% de los colaboradores está de acuerdo con las metas propuestas por el área de ventas, mientras que al 4% le es indiferente, el 70% está en desacuerdo y el 15% totalmente en desacuerdo.

Interpretación: Esto muestra que los colaboradores consideran que las metas propuestas son demasiado altas e inalcanzables, por tanto, se sienten disconformes.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4.4.22. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	9	33.30%
De acuerdo	16	59.30%
Indiferente	0	0.00%
Desacuerdo	2	7.40%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

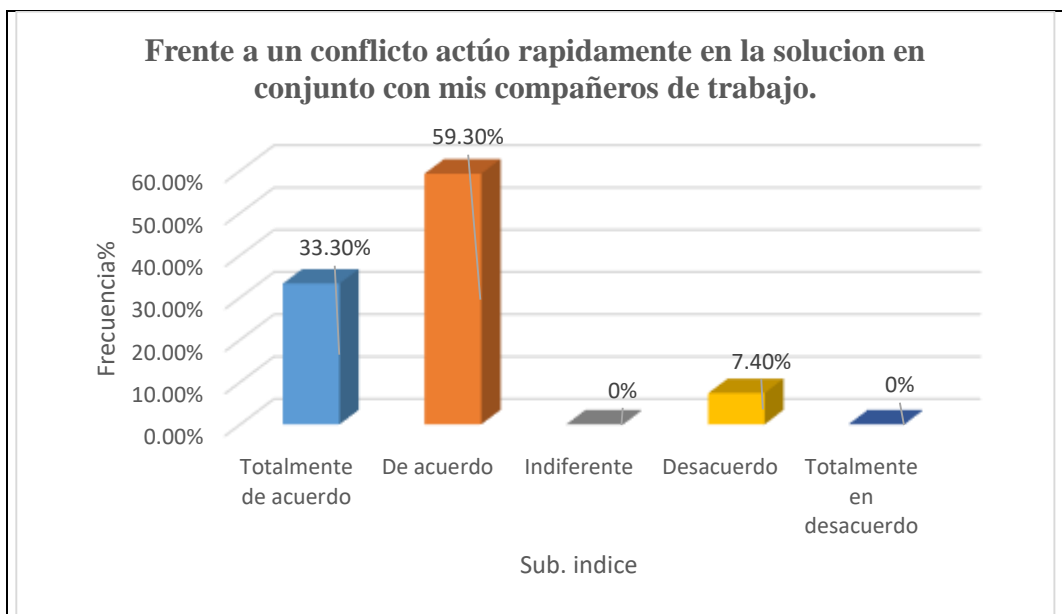


Figura 4.4.22. Los colaboradores de tiendas EFE frente a un conflicto actúan rápidamente en la solución en conjunto con sus compañeros de trabajo, un 33% está totalmente de acuerdo, el 59% está de acuerdo y el 7% está en desacuerdo.

Interpretación: Es decir que los colaboradores frente a un conflicto buscan una solución rápidamente para no perjudicarse en el rendimiento de sus labores.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4.4.23. Análisis de la encuesta aplicada en Tiendas EFE sede Chiclayo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	18	66.70%
De acuerdo	7	25.90%
Indiferente	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	2	7.40%
Total	27	100.0

Fuente: Elaboración propia.

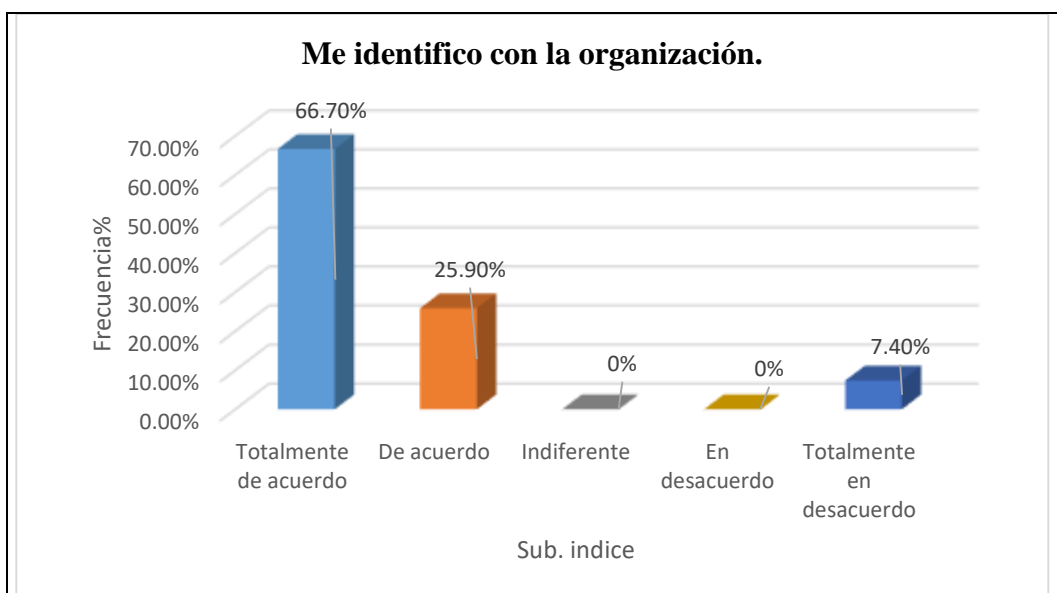


Figura 4.4.23. El 67% de colaboradores está totalmente de acuerdo con el enunciado " Me identifico con la organización", el 26% está de acuerdo y el 7% está totalmente en desacuerdo.

Interpretación: En la obtención de los resultados se generó que una gran cantidad de los colaboradores se encuentran identificado con la organización y esto demanda compromiso en los objetivos propuesto por la organización.

Fuente: Elaboración propia.

4.4. Discusión de resultados.

Uno de los resultados presentados en la tabla 4.1.1. Es que las escalas de interpretación del coeficiente de correlación de Pearson entre las variables Motivación y Clima laboral de la empresa Tiendas EFE, Chiclayo. Existe un nivel de correlación positiva considerable de 1, por ende, nos permite constatar y aceptar la hipótesis que existe relación entre la variable Motivación y Clima laboral en la empresa Tiendas EFE, sede Chiclayo. Según Pérez (1996), genera que la motivación está de la mano con el clima laboral por lo que la influencia entre ambas beneficiará a conseguir sus metas de cada trabajador, garantizando mayor rendimiento lo cual se dará mayores beneficios de ingresos económicos en Tiendas EFE. A través de nuestra hipótesis sobre el saber si existe relación entre la motivación y el clima laboral pues esto ayudará a subir el nivel de trabajo en Tiendas EFE.

Otro de los resultados del Nivel de Motivación de la empresa Tiendas EFE sede Chiclayo, 2016. Se encontraron en la tabla 4.2.1. Que el 59.3% de colaboradores si se siente motivado en Tiendas EFE, Sede Chiclayo, mientras que el 7.4% no se siente motivado y el 25.9% se encuentran indecisos, esto quiere decir que gran parte de los colaboradores si se sienten motivados dentro de Tiendas EFE. Según Pérez (1996), afirma que un buen nivel de motivación permitirá mayores beneficios para la organización ya sea monetariamente como rendimientos eficientes en sus colaboradores.

Otro de los resultados del Análisis del Clima Laboral de la empresa Tiendas EFE sede Chiclayo, 2016. Se encontraron en la tabla 4.3.1. El 77.80% de los colaboradores considera que existe un clima laboral ameno en la organización, mientras que el 11.10% se siente indeciso. Esto indica que existe un clima laboral estable en la organización, pero aún existen inconvenientes que se tienen que manejar para que pueda mejorar. Según Litwin y Stringer (1998), Afirma que el tener un clima laboral manejable podrá ser beneficioso para los colaboradores pues estoy ayuda a establecer una estructura

organizacional sólida, tener mayor responsabilidad en los aspecto laborales, buscar la efectividad y así los trabajadores pueden tener mayor recompensas que regaños, busca buenas relaciones entre todos los colaboradores como clientes en la atención, busca el generar afrontar los desafíos por venir, se desarrollar el trabajo en equipo, mejora los estándares, en los conflicto en la empresa ayudará a buscar soluciones y por ultimo busca una identidad sólida para aportar sus esfuerzos en la organización.

**CAPÍTULO V:
PROPUESTA DE
INVESTIGACIÓN**

CAPÍTULO V: PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

5.1. Título:

Propuesta de un plan motivacional para la mejora del clima laboral de los colaboradores del área de ventas en Tiendas EFE, Sede Chiclayo.

5.3. Introducción.

La propuesta tiene como objetivo principal mejorar el clima laboral en los colaboradores del área de ventas de Tiendas EFE, Sede Chiclayo mediante un plan motivación, el cual surge ante necesidades de trabajar en equipo detectadas específicamente enfocados en el área de ventas de la organización.

5.4. Justificación.

Según el estudio realizado demuestra que existen deficiencias en el clima laboral y se considera que toda organización debe renovarse con instrumentos modernas que incentiven y motiven al personal de la organización.

Por ello, la implementación de la propuesta tiene el propósito de mejorar los niveles de motivación, además de lograr un cambio positivo en la percepción de los colaboradores hacia la organización, contribuyendo a incrementar los niveles de motivación y por ende un clima labora favorable a los miembros de la organización.

5.5. Objetivos.

Objetivo General.

Mejorar el clima laboral a través del programa motivacional a los colaboradores del área de ventas de Tiendas EFE, Sede Chiclayo.

Objetivos Específicos.

Elaborar un diagnóstico del clima laboral orientado a solucionar los problemas de clima laboral que existen en el área de ventas.

Preparar estrategias para llevar a cabo la realización de la propuesta.

Demostrar la importancia de la implementación de un plan motivacional para mejorar el clima laboral.

5.6. Desarrollo de la propuesta.

La presente propuesta se ha diseñado para mejorar el clima laboral en los colaboradores de Tiendas EFE, Sede Chiclayo con el propósito de permitirle al colaborador alcanzar logros, y poder trabajar en equipo.

El plan de motivación que se presentara contiene aspectos que ayudaran en la aplicación adecuada de la estructura del plan, que beneficiara el desarrollo de las funciones de los colaboradores del área de ventas de Tiendas EFE, Sede Chiclayo, estos aspectos se mencionan a continuación.

5.6.1. Aspectos del plan.

Examinar habitualmente si las necesidades psicológicas de los colaboradores de Tiendas EFE, Sede Chiclayo están siendo satisfechas.

Establecer y utilizar el plan motivacional en los colaboradores para lograr la autorrealización individual.

Mejorar el clima laboral para lograr que los colaboradores desempeñen eficientemente su labor y pongan en práctica lo aprendido

El programa motivacional propuesto será expuesto a modificaciones periódicas.

5.6.2. Pasos para desarrollar el plan de motivación del área de ventas.

El plan de motivación para los colaboradores del área de ventas de Tiendas EFE Sede

Chiclayo se llevará a cabo de acuerdo a los siguientes pasos.

Creación del comité el cual deberá dirigir y organizar las actividades, por eso se hace necesario que los colaboradores del área de ventas manejen las funciones del plan y conozcan las relaciones interpersonales de los colaboradores, además de dirigir los lineamientos y estructura del plan.

Proveer instrumentos necesarios para la ejecución y diseño, se debe suministrar a los colaboradores los conocimientos necesarios, objetivos, metas, alcances, así como otros lineamientos primordiales para procurar conseguir el mejoramiento de las actividades. La gerencia del área de ventas debe de facilitar la información necesaria.

5.6.3. Procedimientos para la efectividad operativa del área de ventas.

El comité a cargo deberá organizar los pasos que se desarrollen en el plan. Y están estructurados por las actividades que se detallan a continuación:

Aspectos grupales

Actividades de evaluación mutua.

Actividades materiales.

5.6.4. Estrategias para el desarrollo del plan

Como se ha mencionado anteriormente, no todos los colaboradores trabajan del mismo modo, no todos ponen el mismo empeño que otros, algunos cumplen con los objetivos planteados, mientras que otros no. Para ello influirá lo siguiente.

Capacitación.

Establecer un comité que se encargue de evaluar las propuestas de capacitación y considerarla para el personal. Es esencial que los trabajadores sientan que son un elemento clave en la empresa ya que así aumentara su autoestima y los hará sentir importantes sabiendo que su labor forja el crecimiento de la empresa.

Comunicación.

Un elemento asertivo de comunicación es motivante, es de suma importancia que los jefes les dediquen tiempo a sus colaboradores para conocer sus inquietudes y requerimiento, etc. Para que se sientan involucrados en el proceso.

Se debe celebrar el éxito de cada trabajador mostrando gusto por la labor efectuada.

La confianza es un factor clave que se debe generar con los compañeros de trabajo, se deben premiar las acciones positivas de los trabajadores ya que de esta forma se deja ver que se les valora.

Clima laboral y compañerismo.

El colaborador se debe sentir rodeado de compañeros que lo apoyen y den la mano para que se sientan motivados a seguir trabajando.

El tema económico.

Lo económico es importante pero no se debe permitir que el tema económico sea lo primordial para que el colaborador sienta motivación hacia el trabajo.

Es importante que el personal se sienta orgulloso de trabajar en el área de ventas Tiendas EFE.

5.6.5. Desarrollo del plan de capacitación.

Planeación

Para lograr la mayor eficiencia en el programa de capacitación, se propone en primer lugar establecer las necesidades y perspectivas del colaborador, con respecto a métodos para optimizar el aprendizaje y el plan.

Empresa: TIENDAS EFE SEDE CHICLAYO.

Objetivos: Recoger la información necesaria para establecer las necesidades, capacitación y adiestramiento de los colaboradores.

a. Generalidades:

Sexo: _____

Edad: _____

Puesto de trabajo: _____

Periodo que laboran en la empresa: _____

b. ¿En el área de ventas ha recibido capacitaciones?

c. ¿De qué tema y/o producto necesita capacitación?

d. ¿De acuerdo con su conveniencia cual sería el horario correcto para recibir la capacitación?

Día: _____

Tarde: _____

Noche: _____



Organización.

Una vez concluido el planeamiento de dicho programa, continuamos con organizar los factores para implementar dicho plan como:

Recursos necesarios: considerar aspectos necesarios para que se lleven a cabo las capacitaciones en la empresa, los cuales son:

- Encargado de capacitar
- Equipo
- Refrigerios
- Material
- Temario: de acuerdo a las necesidades del personal, se plantea mejorar lo siguiente:

- Relaciones humanas.
- Incentivos
- Metas propuestas por el área de ventas
- Clima laboral
- Trabajo en equipo.

5.6.6. Cronograma y presupuesto de la propuesta

Actividades	Periodo												Presupuesto
	M 1	M 2	M 3	M 4	M 5	M 6	M 7	M 8	M 9	M 10	M 11	M 12	(Soles)
Determinar las probalidades de poder hacer línea de carrera en la empresa.													0.00
Difundir en los colaboradores que es lo que se debe aprender para poder hacer línea de carrera dentro de la empresa.													200.00
Hacer un estudio del horario de trabajo de cada colaborador y así poder brindar flexibilidad para que puedan realizar cursos y/o capacitaciones.													200.00
Fomentar la participación del colaborador por medio de actividades recreativas con su equipo de trabajo.													1500.00
Fomentar la confianza y comunicación entre los colaboradores y jefe de área.													0.00
Realizar talleres en los cuales los colaboradores desarrollen habilidades para trabajar en equipo.													200.00
Organizar reuniones con los colaboradores y escuchar las sugerencias con respecto a la metodología de trabajo.													200.00
Colocar un buzón de sugerencias en el cual los colaboradores emitan su opinión de forma anónima.													0.00
Mensualmente se reúnan todos los colaboradores para dar lectura a las sugerencias.													0.00
Crear un mural informativo donde se visualicen actividades dentro del mes.													0.00
Replantear el sistema de incentivos que premie por niveles de ventas.													4000.00
Total:												6300.00	

El presupuesto está formulado por la temporada de un año el cual consiste que cada tiempo de capacitación será de dos horas y se llevará un solo día por cada mes. Lo cual en el cuadro se ve reflejado en el presupuesto en total por el año.

**CAPÍTULO VI:
CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES**

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIÓN:

Se considera que la motivación interfiere en el clima laboral dentro del área de ventas de Tiendas EFE sede Chiclayo.

Existen niveles medios de motivación y esto indica que los colaboradores se encuentran con situaciones satisfactorias en su trabajo que los impulsan a seguir trabajando, pero también existen elementos que afectan su motivación, uno de los principales es que sienten que no tienen oportunidad de poder ascender en la empresa dificultando que tengan niveles más altos de motivación.

Determinamos que las características que afectan el clima laboral son falta de motivación, trabajo en equipo, reconocimiento por el trabajo realizado y no se fomenta la comunicación interna lo cual conlleva a no cumplir sus funciones con eficiencia.

Luego de aplicar las pruebas de correlación C de Pearson se obtuvo un resultado de 0.675, indicando que existe una influencia significativa entre los niveles de motivación y clima laboral. Por lo que se debe realizar acciones para fortalecer la motivación en los colaboradores y en consecuencia mejora el clima laboral en Tiendas EFE, Sede Chiclayo.

6.2. RECOMENDACIÓN:

Mejorar el clima laboral dentro del área de ventas de Tiendas EFE sede Chiclayo aplicando la propuesta del plan motivacional.

Utilizar la información del presente estudio para mejorar la motivación y de tal manera aumente su efectividad operativa, beneficiando ambas partes (trabajador e institución).

Fortalecer el desarrollo de personal y sistemas de comunicación, con el objetivo de implementar programas de capacitación brindando instrumentos a los trabajadores para obtener un cambio de actitud, para mejorar el clima laboral y el desempeño de sus funciones.

Se recomienda a la empresa Tiendas EFE sede Chiclayo considerar la propuesta establecida en la investigación con el fin de mejorar la motivación que actualmente se vive en la empresa. Porque es de suma importancia mejorar las situaciones de conflicto que se presentan y afectan el clima laboral dentro de la empresa.

REFERENCICAS

- Alcazar, M., & Ferreiro, P. (2001). *Gobierno de personas en la empresa*. Piura: Universidad de Piura.
- Alvitez, F., & Ramirez, M. (2013). *Relacion entre el programa de compensacion e incentivos y la motivacion en los empleados de la empresa del Grupo Almer, Trujillo- 2013*. Trujillo.
- Amorós, E. (2007). *Comportamiento organizacional: en busca del desarrollo de ventajas competitivas*. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio Mogrovejo.
- Amorós, E. (2007). *Comportamiento organizacional: En busca del desarrollo de ventajas competitivas*. Obtenido de Eumed: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/231/>
- Aníbal, H. E. (11 de Marzo de 2015). Influencia del clima laboral en el desempeño del trabajador. Chiapas, México.
- Anzola, R. S. ((2003)). *Administración de pequeñas empresas*. México: Mcgraw-Hill.
- Bakke, D. (26 de Julio de 2012). Cinco métodos de motivación sin gastar mas presupuesto. *Gestión*.
- Bateman, P., & Snell, S. (2004). *Administración, una ventaja competitiva*. México: McGraw-Hill.
- Betancur Rios, E. Y., & Becerra Montes, S. (2013). *Medicion del clima organizacional a los colaboradores de Media Commerce Partners S.A.S Pereira*. Pereira.
- Bingham, W., & Moore, B. (1960). *¿ Como entrevistar?* Madrid: Rialp.
- Cabanillas, A. (24 de Marzo de 2011). Un buen clima laboral mejora los ingresos. *Perú 21*, pág. 1.
- Carmen, B. O. (10 de Agosto de 2011). Satisfaccion - Insatisfaccion= Clima Laboral. Buenos Aires, Argentina.
- Castilla Ramos, K. L., & Padilla Vilorio, J. J. (2011). *Clima organizacional con relacion a la motivacion y la calidad de vida laboral en los empleados de la E.S.E. Hospital Local Arjona*. Cartagena.
- Castillo Aponte, J. (2006). *Administración de personal: Un enfoque hacia la calidad. Características de la satisfaccion laboral*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Chiavenato, I. ((1987)). *El clima de trabajo en las organizaciones, definiciones, diagnóstico y consecuencias*. México: Trillas.
- Chiavenato, I. (1998). *Administración de Recursos Humanos*. México: McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2000). *Administración en los nuevos tiempos*. Santa fé de Bogotá: McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2002). *Gestión del talento humano*. Bogotá: McGraw-Hill.
- Da Silva, R. (2002). *Teorías de la administración. Modelos utilizados en la medición del clima organiacional* . Madrid: ESIC Editorial.
- De Seta, L. (17 de Enero de 2010). *Dos ideas. personas y software*. Obtenido de Motivación intrínseca y extrínseca ¿cuál necesitas?: <http://www.dosideas.com/noticias/motivacion/812-motivacion-intrinseca-y-extrinseca-icual-necesitas.html>
- Dessler, G. (2001). *Administracion del personal*. México D.F.: Pearson.
- Falla Mesta, C. M. (2012). *Diseño de un plan de motivacion para mejorar la efectividad operativa del personal de la Gerencia Regional de Desarrollo Productivo Lambayeque, con sede en Chiclayo 2011*.

- Feldman, R. S. (1998). *Psicología con aplicaciones a los países de habla Hispana (tercera edición)*. Mexico: McGraw Hill.
- Fernandez Collado, C., Hernandez Sampieri, R., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGraw-Hill.
- Ferreiro, P., & Alcázar García, M. (2003). *Gobierno de personas en la empresa*. Barcelona: ARIEL.
- Flores, J. (2001). *Comportamiento humano en las organizaciones*. Lima: Universidad del pacífico.
- Francia, J. L. (7 de Julio de 2016). *Aptitus*. Obtenido de <http://aptitus.com/blog/clima-laboral/clima-laboral-por-que-los-jovenes-prefieren-un-buen-ambiente-de-trabajo/>
- Gan, F. (2007). *Manual de Recursos Humano. Clima Laboral*. Barcelona: UOC.
- Gan, F. (2007). *Manual de recursos humanos. Clima organizacional*. Barcelona: UOC.
- García Solarte, M. (2009). Clima Organizacional y su diagnóstico; una aproximación conceptual. *Cuadernos de Administración*, 43 - 61.
- García, M., & Bedoya, M. (1997). *Hacia un Clima Organizacional Plenamente Gratificante en la División de Admisiones y Registro Académico de la Universidad del Valle*. Universidad del Valle.
- Gibson, Ivancevich, & Donnelly. (1996). *Las organizaciones Comportamiento, Estructura, Procesos*. Bogotá: McGraw-Hill.
- Gonzales Alva, S. (2014). *Gestion del desempeño y motivacion de los trabajadores de una empresa automotriz*. Lima.
- Guevara Coronel, Y. G., & Menacho Aguinaga, L. A. (2014). *Propuesta de plan de mejora del clima laboral en las agencias de Mibanco zona Chiclayo 2014*. Chiclayo.
- Gutiérrez León, W. A. (2013). *Motivación y satisfacción laboral de los obreros de construcción civil: bases para futuras investigaciones*. Lima.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (1999). *Metodología de la Investigación*. Mexico D.F.: McGrawHill.
- Hernandez, A. (20 de Agosto de 2014). El ownership impacta de manera positiva en la productividad de la empresa que lo aplica. *El financiero*.
- HERZBERG, F. (2011). TRABAJO Y NATURALEZA DEL HOMBRE. En I. CHIAVENATO, *ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS* (pág. 45). MEXICO D.F.: MCGRAWHILL.
- Huaman, C. (18 de Setiembre de 2015). El clima laboral y su impacto en las organizaciones. *Diario Gestion*.
- Iroñan Valdivia, W. D., & Vera Guimarey, S. (2012). *Motivacion personal y rendimiento laboral de la empresa Inversiones Dc S.R.L en la ciudad de chiclayo, 2012*. Chiclayo.
- KAST, F. E., & ROSENZWEING, J. E. (2011). Motivación Humana. En I. Chiavenato, *Administración de Recursos Humanos* (pág. 41). Mexico D.F.: McGrawHill.
- Kinichi, A., & Kreitner, R. (2003). *Comportamiento Organizacional*. México: McGraw-Hill.
- Koontz, H. D., & Wehrich, H. (2012). *Administración, una perspectiva global*. Mexico: McGraw Hill.
- Lahey, B. B. (1999). *Introducción a la psicología sexta edición*. Chicago, McGraw Hill.
- LEAVITT, H. J. (2011). PSICOLOGÍA GERENCIAL. En I. CHIAVENATO, *ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS* (pág. 42). MEXICO D.F.: MCGRAWHILL.
- Llano Cifuentes, C. (07 de Noviembre de 2007). *MATERIABIZ*. Obtenido de

- <http://materiabiz.com/y-usted-por-que-trabaja/>
- Lopez Martinez, A. M. (2011). *Análisis del ciclo motivacional en las personas vinculadas a cooperativas de trabajo asociado y asprosalud en la ciudad de Pereira*. Pereira.
- Maslow, A. (1943). *Una teoría sobre la motivación humana*. Mexico D.F.: McGraw-Hill.
- Maslow, A. (1991). *Motivación y Personalidad*. España: Diaz de Santos.
- MASLOW, A. H. (2011). TEORIA DE LA MOTIVACION HUMANA. En I. CHIAVENATO, *ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS* (pág. 43). MEXICO: MCGRAWHILL.
- Mayntz, R. (1976). *Introducción a los métodos de la sociología empírica*. Madrid: Alianza.
- McClelland, D. C. (2013). EL LOGRO DE LA SOCIEDAD. En S. P. ROBBINS, & T. A. JUDGE, *COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL* (pág. 207). MEXICO: PEARSON.
- MCGREGOR, D. (2013). EL LADO HUMANO DE LA EMPRESA. En S. P. ROBBINS, & T. A. JUDGE, *COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL* (pág. 205). MEXICO: PEARSON.
- Mertens. (2014). En C. Fernández Collado, R. Hernández Sampieri, & P. Baptista Lucio, *Metodología de la Investigación* (pág. 386). México: Mc Graw Hill.
- Newstrom, J. W. (2011). *Comportamiento humano en el trabajo*. Mc Graw- Hill.
- Noreña, A.I; Alcaraz - Moreno, N.; Rojas, J.G.; y Rebolledo - Malpica, D. (2012). *Aplicabilidad de los criterios de rigor y ético en la investigación cualitativa*. Aquichan, 12(3). 263 - 274. Disponible: <http://aquichan.unisabana.edu.co/index.php/aquichan/article/view/1824/pdf>
- Ordoñez, M. (1997). *La nueva gestión de los recursos humanos. Dirección y gestión de recursos humanos*. Madrid: Esic Editorial.
- Ouchi, W. ((1992)). *Teoría Z*. Bogotá: Norma.
- Palma, S. (2006). *Escala de satisfacción laboral (SL-SPC) Manual*. Lima: Editora y comercializadora CARTOLAN EIRL.
- Palomo, M. (2007). *Liderazgo y motivación de equipos de trabajo (Cuarta Edición)*. España: Esic Editorial.
- Parillo, E. (03 de Mayo de 2016). Mal clima laboral genera pérdidas millonarias a las empresas. *La Republica*.
- Pérez López, J. A. (1996). *Introducción a la dirección de empresas. La empresa: organización humana*. Piura: Universidad de Piura.
- Perez Tenazoa, N. O., & Rivera Cardozo, P. L. (2013). *Clima organizacional y satisfacción laboral en los trabajadores del Instituto de Investigaciones de la Amazonia Peruana*. Iquitos.
- Pérez, J. (2009). *Definición.De*. Obtenido de <http://definicion.de/influencia/>
- Perez, J. A. (1994). En G. Gomez LLera, & J. Ramon Pin, *Dirigir es Educar*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Pila Chipugsi, J. E. (2012). *La motivación como estrategia de aprendizaje en el desarrollo de competencias comunicativas de los estudiantes d I-II nivel de ingles del convenio Héros del CENEPA_ESPE de la ciudad de Quito en el año 2012*. Guayaquil.
- Pineda Salazar, D., & Godínez Carreto, Y. E. (2011). *La motivación y el clima organizacional de los trabajadores de la Inmobiliaria el Paradise*. Guatemala.
- Reeve, J. (1994). *Motivación y Emoción*. España: McGraw-Hill.
- Ríos, M. (18 de Junio de 2013). Buen clima laboral mejora productividad de pequeños

- negocios. *La Republica*.
- Robbins, S. (1999). *Comportamiento Organizacional. Cuarta Edición*. Mexico D.F: Pearson Educación.
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson.
- Romero Barboza, K. N. (2013). *Programa de desarrollo profesional para mejorar la motivacion laboral en la Municipalidad de Jose Leornado Ortiz* . Chiclayo.
- Santos, J. A. (1993). *Esfuézate y se afirmativo, (programa de planeación y vida en el trabajo)*. San Salvador: ACSIION, C. A.
- Schwartz, D. J. (1994). *Pensar en la magia del éxito (43va Edición)*. Mexico: Herrero Hnos.
- Solarte, M. G. (2011). Clima organizacional y su diagnóstico: una aproximacion conceptual. *Cuadernos de Administración*, 43-61.
- Stoner, J. A. (1996). *Administración (Sexta Edición)*. Mexico: Pearson.
- Stoner, J., & Freeman, E. (1996). *Adminitración de Recursos Humanos*. México D.F.: Pearson.
- Subauste, R. (2013). *Clima laboral en el area de atencion al cliente de EMAPA Cañete S.A. 2013- San Vicente de Cañete*. Chimbote.
- sueiro, E. (9 de Mayo de 2014). Motivacion: 11 estímulos para el trabajo. *Heraldo de Aragon*.
- Urbina Sanchez, N. S., & Monteza Ibañez, L. A. (2014). *Diagnostico y propuesta para mejoClima organizacional en la empresa NY Ingenieria S.A.C ubicada en ela ciudad de Chiclayo*. Chiclayo.
- Urcola, J. L. (2003). *Dirigir personas: forma y fondo*. Madrid: ESIC. Editorial.
- Vargas Pardo, L. M. (2015). *Influencia de la satisfaccion laboral en el clima organizacional en la I.E. Sara Antonieta Bullon*. Chiclayo.
- Vidal, E. (2004). *Diagnóstico organizacional. Principales modelos utilizados en la medicion del clima laboral*. México: Interamericana Editores.
- VROOM, V. H. (2011). TRABAJO Y MOTIVACION. En I. CHIAVENATO, *ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS* (pág. 47). MEXICO D.F.: MCGRAWHILL.
- Williams. (2014). En C. Fernández Collado, R. Hernández Sampieri, & P. Baptista Lucio, *Metodología de la investigación* (pág. 105). México: Mc Graw Hill Education.
- Zapata, D. Á. ((2000). *Métodos para la investigación de la Cultura Organizacional*. Cali: Universidad del Valle.

ANEXOS:

ANEXO N° 01

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
¿De qué manera influye la motivación en el clima laboral en el área de ventas de Tiendas EFE- Sede Chiclayo?	Objetivo general: Analizar la influencia de la motivación sobre clima laboral en los colaboradores del área de ventas de Tiendas EFE- Sede Chiclayo.	Ho: La motivación no influye en el clima laboral en los colaboradores en el área de ventas, de Tiendas EFE sede Chiclayo.	Variable Independiente: Motivacion	Intrinseca	Logro	Tipo de investigación: El estudio planteado es del tipo crítico propositivo, por un lado describirá el fenómeno objeto de estudio y enunciara las características de la realidad, por el otro lado se elaborara el plan de motivación para mejorar el clima laboral en los colaboradores en el área de ventas, de Tiendas EFE sede Chiclayo, 2016.
					Reconocimiento	
					Trabajo en si mismo	
					Posibilidad de crecimiento	
	Objetivos específicos Medir el nivel de motivación en los colaboradores del área de ventas de Tiendas EFE- Sede Chiclayo. Diagnosticar el clima laboral que se genera en el área de	H1: La motivación si influye en el clima laboral en los colaboradores en el área de	Variable Dependiente: Clima Laboral	Estructura	Relacion con jefes	
					Remuneraciones	
					Preferencias	
					Generar una reaccion esperada	
					Condiciones fisicas del trabajo	
					Condiciones de seguridad laboral	
				Conocimiento de las politicas	Diseño de la investigación: El diseño de investigación del estudio planteado es no experimental-transversal	
				Situación en cuanto a formalidad		
				Cumplimiento de obligaciones		

	<p>ventas de Tiendas EFE- Sede Chiclayo.</p> <p>Proponer un plan motivacional para mejorar el clima laboral en el área de ventas de Tiendas EFE- Sede Chiclayo.</p>	<p>ventas, de Tiendas EFE sede Chiclayo.</p>		<p>Responsabilidad</p> <p>Recompensa</p> <p>Desafío</p> <p>Relaciones</p> <p>Cooperación</p> <p>Estándares</p> <p>Conflicto</p> <p>Identidad</p>	<p>Iniciativas personales</p> <p>Reforzamiento positivo</p> <p>Retos en el trabajo</p> <p>Comprensión de jefes</p> <p>Participación de actividades</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Espíritu de apoyo</p> <p>Metas Bien definidas</p> <p>Soluciones participativas</p> <p>Afinidad con la organización</p>	<p>correlacional ya que establecen relaciones entre dos variables, es decir trata de conocer si nuestra variable motivación está asociada con el clima laboral, pero no explica las relaciones causales que existen entre ellas.</p>
--	---	--	--	--	---	--

ANEXO N° 02

ENCUESTA

La presente encuesta tiene por finalidad conocer la motivación que existe en Tiendas EFE y de qué manera influye en el clima laboral. La información que proporcione será manejada con estricta confidencialidad y anonimato. Por ello se agradece responder con la mayor objetividad posible. No hay respuestas correctas ni incorrectas.

TA	A	I	D	TD
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	Desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

		TA	A	I	D	TD
MOTIVACIÓN						
01.	Mis logros obtenidos me motivan para seguir trabajando.					
02.	Recibo reconocimientos por realizar un buen trabajo.					
03.	Me siento identificado con mi trabajo.					
04.	Tengo oportunidad de ascender en la empresa.					
05.	Los jefes en la organización se preocupan por mantener elevado el nivel de motivación del personal.					
06.	Considero que la remuneración que obtengo es justa por mis labores desempeñadas.					
07.	Existen preferencias en el área de ventas.					
08.	Mi jefe aprecia el esfuerzo que pongo en mi trabajo.					
09.	Llevarme bien con el jefe, beneficia la calidad de mi trabajo.					
10.	La comodidad del ambiente de trabajo es la adecuada.					
CLIMA LABORAL						
11.	Conozco con claridad la estructura organizacional y las normas de Tiendas EFE.					
12.	En tiendas EFE existen excesivos formalismo (papeleo) para realizar mi trabajo.					
13.	Comprendo claramente cuáles son mis obligaciones en el trabajo y las cumpla de forma oportuna.					
14.	Siento que realizo adecuadamente mi trabajo y en consecuencia no necesito estar consultando constantemente con mi jefe.					
15.	Recibo estímulo por el trabajo ejecutado en mi área.					

16.	Todos los días asumo riesgos para alcanzar las metas propuestas.					
17.	Mi jefe inmediato tiene una actitud abierta respecto a mis sugerencias, sobre el trabajo que realizo.					
18.	Me involucro en las actividades culturales y recreacionales que la organización realiza.					
19.	En el área de ventas se fomenta y desarrolla el trabajo en equipo.					
20.	Considero que en tiendas EFE se practica el apoyo mutuo entre compañeros y jefes.					
21.	Estoy conforme con las metas propuesta por el área de ventas.					
22.	Frente a un conflicto actúo rápidamente en la solución en conjunto con mis compañeros de trabajo.					
23.	Me identifico con la organización.					

ANEXO N° 03

GUIA DE ENTREVISTA

La entrevista se le realizara al Gerente Comercial el Sr. Manuel Peña, quien está a cargo de los colaboradores del área de ventas de Tiendas EFE Sede Chiclayo; el propósito es obtener información como apoyo para la tesis titulada “La motivación y su influencia en el clima laboral en los colaboradores del área de ventas de Tiendas EFE, Sede Chiclayo – 2016”

PREGUNTAS:

1. ¿Considera usted que Tiendas EFE se preocupa por mantener a los colaboradores del área de ventas motivados?
2. ¿Cuántos colaboradores hay en Tiendas EFE sede Chiclayo?
3. ¿Cree usted que el sueldo que reciben los asesores de ventas es justo con relación al trabajo que realizan?
4. ¿Existe en la organización trabajo en equipo?
5. ¿el clima laboral en Tiendas EFE es el adecuado?
6. ¿de qué manera se premia a los colaboradores por las metas logradas?
7. ¿existe posibilidad de poder ascender en la empresa?

Anexo N° 05

Aplicación de la encuesta



Figura 39: La ejecución de la encuesta se realizó en la empresa Tiendas EFE sede Chiclayo con una muestra de 27 colaboradores.

Fuente: Elaboración propia

Aplicación de la encuesta



Figura 40: La ejecución de la encuesta se realizó en la empresa Tiendas EFE sede Chiclayo con una muestra de 27 colaboradores.

Fuente: Elaboración propia

Aplicación de la encuesta

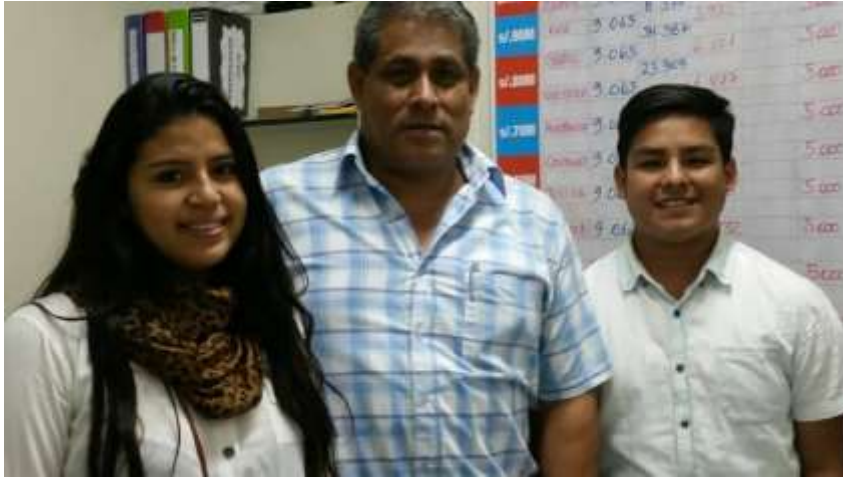


Figura 41: La ejecución de la encuesta se realizó en la empresa Tiendas EFE sede Chiclayo con una muestra de 27 colaboradores.

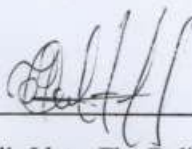
Fuente: Elaboración propia

Acta de originalidad de informe de investigación

Yo, Mg. Heredia Llatas Flor Delicia, coordinadora del área de investigación de la EAP de Administración, y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N° 1426 – FACEM – USS – 2016 de los estudiante(s) Ayala Enriquez Nancy Xiomara Lisseth Tiffany, Pérez Meza Adrián, titulada LA MOTIVACION Y SU INFLUENCIA EN EL CLIMA LABORAL EN LOS COLABORADORES EN EL ÁREA DE VENTAS, DE TIENDAS EFE SEDE CHICLAYO, 2016, Puedo constar que la misma tiene un índice de similitud del 23% verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el programa Turnitin.

Por lo que concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con todas las normas de la Universidad Señor de Sipán.

Pimentel, 06 de Noviembre del 2017.



Mg. Heredia Llatas Flor Delicia

DNI N° 41365424

ANEXO N° 05
DECLARACIÓN JURADA

DATOS DEL AUTOR: Autor: Autores:

AYALA ENRIQUEZ NANCY XIOMARA LISSETH TIFFANY.

PÉREZ MEZA ADRIÁN.

74025041	2121816871	Presencial
DNI N°	Código N°	Modalidad de
70497471	2121817980	Presencial
DNI N°	Código N°	Modalidad de

estudio ADMINISTRACIÓN

Ciclo Escuela Académico Profesional

CIENCIAS EMPRESARIALES

Facultad de la Universidad Señor de Sipán

DATOS DE LA INVESTIGACIÓN:
Proyecto de investigación Informe de investigación

DECLARO BAJO JURAMENTO:

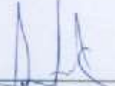
- Soy autor o autores del proyecto e informe de investigación titulado:
La Motivación Y Su Influencia En El Clima Laboral De Los Colaboradores En El Área De Ventas, De Tiendas Efe Sede Chiclayo, 2016

La misma que presento para optar el grado de:
Licenciados en Administración
- Que el proyecto y/o informe de investigación cita, ha cumplido con la rigurosidad científica que la universidad exige y que por lo tanto no atenta contra los derechos de autor normados por ley.
- Que no he cometido plagio total o parcial, tampoco otras formas de fraude, piratería o falsificación en la elaboración del proyecto y/o informe de tesis.
- Que el título de investigación y los datos presentados en los resultados son auténticos y originales, no han sido publicados ni presentados anteriormente para optar algún grado académico previo al título profesional.

Me someto a la aplicación de normatividad y procedimientos vigentes por parte de la UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPAN y ante terceros, en caso se determinará la comisión de un delito en contra de los derechos de autor.


Ayala Enriquez Nancy Xiomara
DNI: 74025041




Perez Meza Adrian
DNI: 70497471



LA MOTIVACION Y SU INFLUENCIA EN EL CLIMA LABORAL EN LOS COLABORADORES EN EL ÁREA DE VENTAS, DE TIENDAS EFE SEDE CHICLAYO, 2016 - PEREZ MEZA

INFORME DE ORIGINALIDAD

23%

INDICE DE SIMILITUD

19%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

20%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	6%
2	Submitted to Universidad Señor de Sipan Trabajo del estudiante	5%
3	www.biblioteca.usac.edu.gt Fuente de Internet	3%
4	www.scribd.com Fuente de Internet	1%
5	pt.scribd.com Fuente de Internet	1%
6	biblioteca.usac.edu.gt Fuente de Internet	1%
7	Submitted to EP NBS S.A.C. Trabajo del estudiante	1%
8	cdigital.uv.mx Fuente de Internet	1%

FORMATO N° T1-CI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES)

Pimentel, 06 de noviembre de 2017

Señores
Centro de Información
Universidad Señor de Sipán
Presente.-

Los suscritos:

PEREZ MEZA ADRIAN con DNI 70497471

AYALA ENRIQUEZ NANCY XIOMARA LISSETH TIFFANY con DNI 74025041

En mí (nuestra) calidad de autor (es) exclusivo (s) del trabajo de grado titulado:

LA MOTIVACION Y SU INFLUENCIA EN EL CLIMA LABORAL EN LOS COLABORADORES EN EL ÁREA DE VENTAS, DE TIENDAS EFE SEDE CHICLAYO, 2016, presentado y aprobado en el año 2017 como requisito para optar el título de licenciado en administración, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional Administración, por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) al Centro de Información de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi (nuestro) trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en la página Web del Centro de Información, así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo N° 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

74025041	AYALA ENRIQUEZ NANCY XIOMARA LISSETH TIFFANY	
70497471	PEREZ MEZA ADRIAN	

Señores
Centro de Información
Universidad del Sagrado Corazón
-
Presente.-

Las señoras:
NANCY XIOMARA LISSETH TIFANY con DNI 74025041
ADRIAN PEREZ MEZA con DNI 70497471

En mi (nuestro) calidad de autor (es) exclusivo (s) del trabajo de grado titulado:

LA MOTIVACION Y SU INFLUENCIA EN EL CLIMA LABORAL EN LOS COLABORADORES EN EL AREA DE VENTAS DE TIENDAS PRE SEDE CHICLAYO, 2018, presentada y aprobada en el año 2017 como requisito para optar el título de licenciado en administración, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académica Profesional de Administración, Universidad del Sagrado Corazón, en desarrollo de la presente licencia de uso total, queda expuesto sobre mi (nuestro) trabajo y muestra al mundo la producción intelectual de la Universidad representada en este trabajo de grado, a través de la validez de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en la página Web de Información, así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo Nº 822. En efecto, la Universidad del Sagrado Corazón está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomara las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

CARTILLA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL EXPERTO	Carolina de Lourdes Falla Gómez
2. ESPECIALIDAD	Administración
3. TITULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO	Mg. Gestión del Talento Humano
4. EXPERIENCIA (AÑOS)	8 años
5. INSTITUCIÓN DONDE LABORA	USS
6. CARGO	DTC
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	
<u>"LA MOTIVACIÓN Y SU INFLUENCIA EN EL CLIMA LABORAL EN LOS COLABORADORES EN EL AREA DE VENTAS, DE TIENDAS EFE SEDE CHICLAYO, 2016"</u>	
A. NOMBRE DE LOS TESISISTAS	<ul style="list-style-type: none"> - Ayala Enriquez Nancy Xiomara - Lisseth Tiffany - Pérez Meza Adrián
B. INSTRUMENTO EVALUADO	CUESTIONARIO DEL MODELO DE ESCALA DE LIKERT
C. OBJETIVIDAD DEL INSTRUMENTO	El objetivo de la aplicación del instrumento es medir el nivel de motivación y diagnosticar el clima laboral que se lleva a cabo en el área de ventas de tiendas EFE sede Chiclayo.
D. DETALLE DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 23 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Crombach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
7. FIRMA Y DNI	

DNI: _____

8. INSTRUCCIONES

EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "A" SI ESTÁ DE "ACUERDO" O CON EL ITEM "D" SI ESTÁ EN "DESACUERDO", SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.

9. PREGUNTAS

PREGUNTAS DE MOTIVACIÓN LABORAL


1. Mis logros obtenidos me motivan para seguir trabajando.	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____
2. Recibo reconocimientos por realizar un buen trabajo.	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____
3. Me siento identificado con mi trabajo.	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____
4. Tengo oportunidad de ascender en la empresa.	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____
5. Los jefes en la organización se preocupan por mantener elevado el nivel de motivación del personal.	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____
6. Considero que la remuneración que obtengo es justa por mis labores desempeñadas.	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____
7. Existen preferencias en el área de ventas.	A () D (X) SUGERENCIAS: <i>Replantear pregunta</i> _____
8. Mi jefe aprecia el esfuerzo que	A (X) D ()

pongo en mi trabajo.	SUGERENCIAS: _____ _____
9. Llevarme bien con el jefe, beneficia la calidad de mi trabajo.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS: _____ _____
10. La comodidad del ambiente de trabajo es la adecuada.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS: _____ _____
PREGUNTAS DE CLIMA LABORAL	
11. Conozco con claridad la estructura organizacional y las normas de Tiendas EFE.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS: _____ _____
12. En tiendas EFE existen excesivos formalismo (papeleo) para realizar mi trabajo.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS: _____ _____
13. Comprendo claramente cuáles son mis obligaciones en el trabajo y las cumplo de forma oportuna.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS: _____ _____
14. Siento que realizo adecuadamente mi trabajo y en consecuencia no necesito estar consultando constantemente con mi jefe.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS: _____ _____
15. Recibo estímulo por el trabajo ejecutado en mi área.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS: _____ _____
16. Todos los días asumo riesgos para alcanzar las metas propuestas.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS: _____ _____
17. Mi jefe inmediato tiene una actitud abierta respecto a mis sugerencias, sobre el trabajo que	A () D () SUGERENCIAS: _____ _____

realizo.	A (X) D ()
18. Me involucro en las actividades culturales y recreacionales que la organización realiza.	SUGERENCIAS: _____ _____
19. En el área de ventas se fomenta y desarrolla el trabajo en equipo.	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____
20. Considero que en tiendas EFE se practica el apoyo mutuo entre compañeros y jefes.	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____
21. Estoy conforme con las metas propuesta por el área de ventas.	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____
22. Frente a un conflicto actúo rápidamente en la solución en conjunto con mis compañeros de trabajo.	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____
23. Me identifico con la organización.	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____
PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA: <u>22</u> N° TD: <u>1</u>
COMENTARIOS GENERALES:	
OBSERVACIONES:	


 93636006

CARTILLA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL EXPERTO	<i>Yordani Garcia Pajera</i>
2. ESPECIALIDAD	<i>Recursos Humanos</i>
3. TITULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO	<i>Mg. Gestión Talento</i>
4. EXPERIENCIA (AÑOS)	<i>8 años</i>
5. INSTITUCIÓN DONDE LABORA	<i>USS.</i>
6. CARGO	<i>Norma</i>
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	
<u>"LA MOTIVACIÓN Y SU INFLUENCIA EN EL CLIMA LABORAL EN LOS COLABORADORES EN EL ÁREA DE VENTAS, DE TIENDAS EFE SEDE CHICLAYO, 2016"</u>	
A. NOMBRE DE LOS TESISISTAS	- Ayala Enriquez Nancy Xiomara Lisseth Tiffany - Pérez Meza Adrián
B. INSTRUMENTO EVALUADO	CUESTIONARIO DEL MODELO DE ESCALA DE LIKERT
C. OBJETIVIDAD DEL INSTRUMENTO	El objetivo de la aplicación del instrumento es medir el nivel de motivación y diagnosticar el clima laboral que se lleva a cabo en el área de ventas de tiendas EFE sede Chiclayo.
D. DETALLE DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 23 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Crombach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
7. FIRMA Y DNI	 <i>80270538</i>

DNI: _____

8. INSTRUCCIONES

EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "A" SI ESTÁ DE "ACUERDO" O CON EL ITEM "D" SI ESTÁ EN "DESACUERDO", SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.

9. PREGUNTAS

PREGUNTAS DE MOTIVACIÓN LABORAL

1. Mis logros <u>obtenidos</u> me motivan para seguir trabajando.	A () D () SUGERENCIAS: _____ <u>Eliminar los turnos</u>
2. Recibo reconocimientos por realizar un buen trabajo.	A (x) D () SUGERENCIAS: _____ _____
3. Me siento identificado con mi trabajo.	A (x) D () SUGERENCIAS: _____ _____
4. Tengo oportunidad de ascender en la empresa.	A (x) D () SUGERENCIAS: _____ _____
5. Los jefes en la organización se preocupan por mantener elevado el nivel de motivación del personal.	A (x) D () SUGERENCIAS: _____ _____
6. Considero que la remuneración que obtengo es justa por mis labores desempeñadas.	A (x) D () SUGERENCIAS: _____ _____
7. Existen preferencias en el área de ventas.	A (x) D () SUGERENCIAS: _____ _____
8. Mi jefe aprecia el esfuerzo que	A (x) D ()

pongo en mi trabajo. 2	SUGERENCIAS: <u>Mejorar la terminología</u>
9. Llevarme bien con el jefe, beneficia la calidad de mi trabajo.	A () D () SUGERENCIAS: <u>Mejor términos "Relaciones Interpersonales"</u>
10. La comodidad del ambiente de trabajo es la adecuada.	A () D () SUGERENCIAS: <u>Mejor términos como "Condiciones, Infraestructura"</u>
PREGUNTAS DE CLIMA LABORAL	
11. Conozco con claridad la estructura organizacional y las normas de Tiendas EFE.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS: _____
12. En tiendas EFE existen excesivos formalismo (papeleo) para realizar mi trabajo.	A () D () SUGERENCIAS: <u>Mejor términos</u>
13. Comprendo claramente cuáles son mis obligaciones en el trabajo y las cumplo de forma oportuna.	A () D () SUGERENCIAS: <u>Redundancia</u>
14. Siento que realizo adecuadamente mi trabajo y en consecuencia no necesito estar consultando constantemente con mi jefe.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS: _____
15. Recibo estímulo por el trabajo ejecutado en mi área.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS: _____
16. Todos los días asumo riesgos para alcanzar las metas propuestas.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS: _____
17. Mi jefe inmediato tiene una actitud abierta respecto a mis sugerencias, sobre el trabajo que	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS: _____

realizo.	
18. Me involucro en las actividades culturales y recreacionales que la organización realiza.	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____
19. En el área de ventas se fomenta y desarrolla el trabajo en equipo.	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____
20. Considero que en tiendas EFE se practica el apoyo mutuo entre compañeros y jefes.	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____
21. Estoy conforme con las metas propuesta por el área de ventas.	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____
22. Frente a un conflicto actúo rápidamente en la solución en conjunto con mis compañeros de trabajo.	A () D () SUGERENCIAS: _____ <i>Redundancia.</i>
23. Me identifico con la organización.	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____
PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA: <u>16</u> N° TD: <u>07</u>
COMENTARIOS GENERALES:	
OBSERVACIONES:	

CARTILLA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL EXPERTO	Carla Ruz Ruz
2. ESPECIALIDAD	Lic. Administración.
3. TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO	Mg. Gestión Pública
4. EXPERIENCIA (AÑOS)	8 años
5. INSTITUCIÓN DONDE LABORA	USS
6. CARGO	Docente
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	
<u>"LA MOTIVACIÓN Y SU INFLUENCIA EN EL CLIMA LABORAL EN LOS COLABORADORES EN EL ÁREA DE VENTAS, DE TIENDAS EFE SEDE CHICLAYO, 2016"</u>	
A. NOMBRE DE LOS TESISISTAS	- Ayala Enriquez Nancy Xiomara Lisseth Tiffany - Pérez Meza Adrián
B. INSTRUMENTO EVALUADO	CUESTIONARIO DEL MODELO DE ESCALA DE LIKERT
C. OBJETIVIDAD DEL INSTRUMENTO	El objetivo de la aplicación del instrumento es medir el nivel de motivación y diagnosticar el clima laboral que se lleva a cabo en el área de ventas de tiendas EFE sede Chiclayo.
D. DETALLE DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 23 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Crombach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
7. FIRMA Y DNI	

DNI:

[Handwritten Signature]
47435695

8. INSTRUCCIONES

EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "A" SI ESTÁ DE "ACUERDO" O CON EL ITEM "D" SI ESTÁ EN "DESACUERDO"; SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.

9. PREGUNTAS

PREGUNTAS DE MOTIVACIÓN LABORAL

1. Mis logros obtenidos me motivan para seguir trabajando.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D ()
	SUGERENCIAS: _____ _____
2. Recibo reconocimientos por realizar un buen trabajo.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D ()
	SUGERENCIAS: _____ _____
3. Me siento identificado con mi trabajo.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D ()
	SUGERENCIAS: _____ _____
4. Tengo oportunidad de ascender en la empresa.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D ()
	SUGERENCIAS: _____ _____
5. Los jefes en la organización se preocupan por mantener elevado el nivel de motivación del personal.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D ()
	SUGERENCIAS: _____ _____
6. Considero que la remuneración que obtengo es justa por mis labores desempeñadas.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D ()
	SUGERENCIAS: _____ _____
7. Existen preferencias en el área de ventas.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D ()
	SUGERENCIAS: _____ _____
8. Mi jefe aprecia el esfuerzo que	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D ()

comigo en mi trabajo.	SUGERENCIAS: _____ _____
9. Llevarme bien con el jefe, beneficia la calidad de mi trabajo.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS: _____ _____
10. La comodidad del ambiente de trabajo es la adecuada.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS: _____ _____
PREGUNTAS DE CLIMA LABORAL	
11. Conozco con claridad la estructura organizacional y las normas de Tiendas EFE.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS: _____ _____
12. En tiendas EFE existen excesivos formalismo (papeleo) para realizar mi trabajo.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS: _____ _____
13. Comprendo claramente cuáles son mis obligaciones en el trabajo y las cumplo de forma oportuna.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS: _____ _____
14. Siento que realizo adecuadamente mi trabajo y en consecuencia no necesito estar consultando constantemente con mi jefe.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS: _____ _____
15. Recibo estímulo por el trabajo ejecutado en mi área.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS: _____ _____
16. Todos los días asumo riesgos para alcanzar las metas propuestas.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS: _____ _____
17. Mi jefe inmediato tiene una actitud abierta respecto a mis sugerencias, sobre el trabajo que	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS: _____ _____

realizo.	
18. Me involucro en las actividades culturales y recreacionales que la organización realiza.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS: _____ _____
19. En el área de ventas se fomenta y desarrolla el trabajo en equipo.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS: _____ _____
20. Considero que en tiendas EFE se practica el apoyo mutuo entre compañeros y jefes.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS: _____ _____
21. Estoy conforme con las metas propuesta por el área de ventas.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS: _____ _____
22. Frente a un conflicto actúo rápidamente en la solución en conjunto con mis compañeros de trabajo.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS: _____ _____
23. Me identifico con la organización.	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS: _____ _____
PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA: _____ N° TD: _____
COMENTARIOS GENERALES:	
OBSERVACIONES:	