



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA**



**FACTORES MOTIVACIONALES QUE INCIDEN EN LA ACTITUD DE LOS
TRABAJADORES DE UNA EMPRESA DEL SECTOR PLÁSTICO
UBICADA EN LA ZONA INDUSTRIAL EL RECREO DEL ESTADO
CARABOBO**

Tutor:

Lic. Servio Ferrer.

Autores:

Chirinos, Richard
C.I. 21.020.066

Garrido, Efrain
C.I. 17.494.883

Piña, Karen
C.I. 16.947.662

Bárbula, Julio de 2015



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA**



**FACTORES MOTIVACIONALES QUE INCIDEN EN LA ACTITUD DE LOS
TRABAJADORES DE UNA EMPRESA DEL SECTOR PLÁSTICO
UBICADA EN LA ZONA INDUSTRIAL EL RECREO DEL ESTADO
CARABOBO**

Trabajo de Grado presentado para
optar al Título de Licenciados en
Relaciones Industriales.

Bárbula, Julio de 2015



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA**



CONSTANCIA DE ACEPTACIÓN

**FACTORES MOTIVACIONALES QUE INCIDEN EN LA ACTITUD DE LOS
TRABAJADORES DE UNA EMPRESA DEL SECTOR PLÁSTICO
UBICADA EN LA ZONA INDUSTRIAL EL RECREO DEL ESTADO
CARABOBO**

Aceptado en la Universidad de Carabobo
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Escuela de Relaciones Industriales
Prof. Servio Ferrer
C.I. 4.460.371

Bárbula, Julio de 2015



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA**



APROBACIÓN DEL TUTOR

Por medio del presente, se hace constar que el trabajo de grado titulado, “**FACTORES MOTIVACIONALES QUE INCIDEN EN LA ACTITUD DE LOS TRABAJADORES DE UNA EMPRESA DEL SECTOR PLÁSTICO UBICADA EN LA ZONA INDUSTRIAL EL RECREO DEL ESTADO CARABOBO.**”, presentado por: Chirinos Richard, Garrido Efrain, Piña Karen, cumple con los requisitos de forma y fondo para optar al título de Licenciado en Relaciones Industriales.

Servio Ferrer.

Bárbula, Julio de 2015



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA**



VEREDICTO

Nosotros, miembros del Jurado designado para la evaluación del Trabajo de Grado titulado **“FACTORES MOTIVACIONALES QUE INCIDEN EN LA ACTITUD DE LOS TRABAJADORES DE UNA EMPRESA DEL SECTOR PLÁSTICO UBICADA EN LA ZONA INDUSTRIAL EL RECREO DEL ESTADO CARABOBO”**, presentado por: Chirinos, Richard, C.I: 21.020.066, Garrido, Efrain, C.I: 17.494.883 y Piña, Karen, C.I. 16.947.662, para optar al Título de: Licenciados en Relaciones Industriales, estimamos que el mismo reúne los requisitos para ser considerado como: _____ a los _____ días del mes _____ del año _____.

Nombre y Apellido

Cédula

Firma

Bárbula, Julio de 2015

DEDICATORIA

A mi Dios y padre Celestial, quien supo guiarme por el buen camino, por guardarme del peligro de día, al salir de casa y de noche al llegar de la universidad, darme fuerza para seguir adelante, darme de su espíritu y por darme la vida que tengo, la cual no cambiaría por nada.

A mis padres, Adelaida Flores y Antonio Chirinos por darme la vida, apoyo, enseñarme el camino por el cual debo andar, por sus consejos y sobre todo por su amor y paciencia, siempre puedo contar con ellos; No tengo como pagarles.

A mi Pastora Delia de Aguilar, por sus consejos y palabras, un ejemplo a seguir y mi madre espiritual.

A mis hermanos en Cristo, de los cuales he aprendido a convivir, amar, respetar y llenan mis días de alegría y fraternidad que siempre necesite; Son cada uno de ellos parte de mi vida.

A mis hermanos Ynder Chirinos y Katherin Chirinos, mis sobrinos, Paola y Jean Carlos, Sinaí y especialmente a Jhon y Saray, los cuales vi crecer y he aprendido de ellos.

A mi tía Belkis por su amor, cariño, consejos, una segunda madre, ejemplar y sincera.

Chirinos Richard.

DEDICATORIA

A mi Dios, por siempre iluminarme, guiarme, orientarme, llevarme de su mano paso a paso en mi formación profesional, llenarme de mucha sabiduría, inteligencia, paciencia y perseverancia para lograr finalizar una de las etapas de mi vida.

A mis Padres, Efrain Garrido y Lola Torres por darme la vida, apoyo en todo momento, por sus consejos, su apoyo incondicional, pero sobre todo por su amor.

A mis hermanos, Aníbal Alexander y Ana Carolina, por apoyarme en todo momento, orientarme y aconsejarme en mi vida.

A toda mi familia, especialmente a mi tía Yelitza y a Eliezer, quienes a lo largo de mi formación académica siempre me dieron su apoyo, consejos y orientación para llegar a la meta final.

A mis compañeros de tesis Richard Chirinos y Karen Piña, por los aportes, conocimientos, paciencia y sabiduría para finalizar juntos con éxito esta etapa de mi vida.

Garrido Efrain.

DEDICATORIA

A Dios, el que me ilumina y guía mi camino en cada momento de mi vida y por darme una familia maravillosa, por darme cada día la luz que guía mis pasos y sencillamente por llenar mi vida de dicha y bendiciones.

A mis Padres, principalmente a ustedes que me dieron la vida y han estado conmigo en todo momento, porque me han enseñado a nadar contra la corriente, por darme ese cariño y apoyo incondicional, por creer en mí. Los Amo.

A mi familia, por creer en mí y brindarme su apoyo, confianza, consejos y sobre todo amor.

Piña Karen.

AGRADECIMIENTO

A Dios por su infinita misericordia y cuidado cada día, por darme todo lo que tengo; No existen palabras para agradecerte lo importante que eres en mi vida cada día. Todo lo que soy lo debo a Él.

A mi madre por su apoyo incondicional y por ser quien me ha acompañado en todo este recorrido siempre, es un a consejera y un baluarte para mí.

A mi padre por su enseñanza durante toda mi vida, por sus consejos y palabras, por su apoyo en momentos de dificultad, es un ser influyente en mi vida.

A mis hermanos por acompañarme en parte de mi vida y por ser como son.

A mis compañeros de tesis, Karen y Efraín, los cuales son seres emprendedores, llenos de un gran éxito profesional. Mil bendiciones.

A mí querida casa de estudios Universidad de Carabobo, por abrir sus puertas a mi formación como profesional en tiempos de tanta adversidad.

A todos mil Gracias.

Chirinos Richard.

AGRADECIMIENTO

A Dios por siempre iluminarme, guiarme, llenarme de paciencia, sabiduría e inteligencia, por permitirme llegar a concluir esta etapa de mi vida.

A mi madre y a mi viejo por siempre creer y confiar en mí, por enseñarme, orientarme, aconsejarme y motivarme a ser un profesional, a mis hermanos por su apoyo y confianza que siempre me brindaron en todo momento.

A mí amada Alma Mater Universidad de Carabobo, especialmente a mi Faces por abrirme sus puertas y brindarme la oportunidad de formarme profesional, y a nuestro Tutor. Lic. Servio Ferrer, por su apoyo, enseñanza, aportes y conocimientos brindados en la elaboración del Trabajo de Grado.

A todos mis profesores de la mejor facultad del Mundo, en especial a los Profesores Bruno Valera, Germán Ospino, Anais Marrero; Quienes en mi carrera profesional siempre me brindaron su apoyo, enseñanza y orientación.

A todos mis compañeros de clases, en especial a Laura Silva, Yesenia Rodríguez y Cristina Azcune quienes siempre me apoyaron a lo largo de mi carrera. Las quiero mucho!

Gracias a todos...

Garrido Efrain.

AGRADECIMIENTO

A mi Dios, por estar en cada momento de mi vida por guiar mis pasos y guardarme en todo momento.

A mi Madre por apoyarme y confiar en mí siempre impulsándome a ser cada día mejor persona, dándome fuerza para continuar.

A mis familiares y amigos por el apoyo, buenos consejos y su compañía en las buenas y en las malas.

A la Universidad de Carabobo por darme la oportunidad de estudiar y crecer como persona. A nuestro profesor tutor Servio Tulio Ferrer gracias por ser una guía fundamental en la elaboración de nuestro proyecto.

A mis profesores, cada uno de ustedes, por impartir sus conocimientos y aprendizajes para conmigo, mil gracias.

A mis compañeros de tesis Richard y Efraín, con los que compartí conocimientos y buenos momentos, gracias amigos porque juntos logramos con éxitos finalizar nuestro trabajo de grado y llegar a esta meta.

A la Empresa por abrirnos sus puerta para que realizáramos allí nuestro trabajo de investigación.

A todos mil Gracias.

Piña Karen.



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



**FACTORES MOTIVACIONALES QUE INCIDEN EN LA ACTITUD DE
LOS TRABAJADORES DE UNA EMPRESA DEL SECTOR PLÁSTICO
UBICADA EN LA ZONA INDUSTRIAL EL RECREO DEL ESTADO
CARABOBO**

Autores: Chirinos Richard, Garrido Efrain y Piña Karen

Tutor: Servio Ferrer

Fecha: Julio de 2015

RESUMEN

La presente investigación tiene como propósito Evaluar los factores motivacionales que inciden en la actitud de los trabajadores de la empresa del sector plástico ubicada en la Zona Industrial El Recreo Edo. Carabobo evidenciando los aspectos que requieran mejora, enmarcado bajo la investigación descriptiva y de campo, aplicándose un instrumento de medición tipo escala de Likert, validada mediante la fórmula de Alpha de Cronbach con una confiabilidad de 0.9339, aplicado a una muestra de 32 trabajadores de una población de 65 trabajadores, en donde surge el interés en conocer los factores motivacionales que inciden en la actitud de los trabajadores dentro de la empresa del sector plástico; según lo descrito se plantea la problemática presente; se observa la apatía o poco interés que muestran los trabajadores en participar en los programas de motivación que la empresa desarrolla en la actualidad, lo que la investigación a desarrollar busca evaluar los factores de motivación presentes en esta organización con el fin de conocer que genera esta actitud en los trabajadores frente a estos programas de motivación. Se concluye que la forma de motivar a los trabajadores no es solamente por las compensaciones monetarias, sino que otros factores motivacionales y una gran cantidad de estrategias, aportan a la excelencia en la realización de los programas motivacionales de una organización para la mejora en las actitudes de los trabajadores.

Palabras Claves: Motivación, actitud, participación.



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA**



**FACTORES MOTIVACIONALES QUE INCIDEN EN LA ACTITUD DE
LOS TRABAJADORES DE UNA EMPRESA DEL SECTOR PLÁSTICO
UBICADA EN LA ZONA INDUSTRIAL EL RECREO DEL ESTADO
CARABOBO**

Autores: Chirinos Richard, Garrido Efrain y Piña Karen

Tutor: Servio Ferrer

Fecha: Julio de 2015

ABSTRACT

This research aims to evaluate the motivational factors that influence the attitude of workers in the plastics sector company located in the Industrial Zone El Recreo Edo. Carabobo highlighting aspects requiring improvement, framed under the descriptive and field research, applying a measuring instrument Likert-type scale, validated by Cronbach Alpha formula with a reliability of 0.9339, applied to a sample of 32 workers in a population of 65 workers, where interested in motivational factors that influence the attitude of the workers within the company for the plastics industry emerges; as described the problem this poses; apathy or lack of interest shown by the workers to participate in motivational programs that the company is currently developing is observed, which seeks to develop research to assess the motivational factors present in this organization in order to meet that generates this attitude workers from these motivational programs. It is concluded that the way to motivate workers is not only monetary compensation, but other motivational factors and a lot of strategies, contribute to excellence in the conduct of motivational programs for an organization to improve attitudes of workers.

Keywords: Motivation, attitude, participation.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
Dedicatoria.....	vi
Agradecimiento.....	ix
Resumen.....	xii
Índice de Cuadros.....	xv
Índice de Tablas.....	xvi
Índice de Gráficos.....	xix
Índice de Figuras.....	xxi
Introducción.....	22

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema.....	25
Objetivos de la Investigación.....	30
Justificación de la Investigación.....	31

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

Antecedentes de la investigación.....	34
Bases Teóricas.....	39
Motivación.....	39
Motivación en el Trabajo.....	40
Las Actitudes.....	41

Primeras Teorías de la Motivación.....	42
Teoría de la Jerarquía de las Necesidades.....	42
Teoría de los dos Factores o Teorías de la motivación de Herzberg...	44
Las Teorías X y Y.....	49
Teoría de las Necesidades de McClelland.....	50
Teorías Contemporáneas de la Motivación.....	52
Teoría de la Evaluación Cognitiva.....	52
Teoría del Establecimiento de Metas.....	54
Teoría de la Eficacia Personal.....	55
Teoría del Reforzamiento.....	56
Teoría de la Equidad.....	59
Definición de Términos Básicos.....	63

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Naturaleza de la Investigación.....	65
Estrategia Metodológica.....	66
Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	71
Validez y Confiabilidad de los Instrumentos.....	74
Población y Muestra.....	75

CAPITULO IV

ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Análisis de resultados	80
------------------------------	----

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones.....125

Recomendaciones.....131

LISTA DE REFERENCIAS.....133

ANEXOS.....137

A. Instructivo de Aplicación del Cuestionario.....138

B. Instrumento de Recolección de Datos.....140

C: Guión de Entrevista.....143

D: Cálculo de la Confiabilidad Alpha de Cronbach.....145

INDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Cuadro Técnico Metodológico.....	67
Cuadro N° 2 Cuadro del Tamaño de la Población.....	77

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Conozco que están por escrito los programas motivacionales que se dictan en la organización	81
Tabla N° 2. He recibido charlas, Inducciones con respecto al contenido de los programas de motivación.....	82
Tabla N° 3. Considero que la empresa informa oportunamente a los trabajadores de los programas motivacionales.....	84
Tabla N° 4. Participo en las actividades de recreación e integración organizadas por la empresa.....	85
Tabla N° 5. Le gustaría participar en otros eventos de motivación presentados por la empresa.....	86
Tabla N° 6. Me intereso en conocer las fechas de las charlas, reuniones de los programas de motivación.....	87
Tabla N° 7. Promuevo la participación de mis familiares en las actividades que organiza la empresa para ellos.....	89
Tabla N° 8. Considero que todos los empleados reciben adiestramiento y capacitación mediante los programas motivacionales.....	90
Tabla N° 9. Me siento satisfecho con las actividades recreativas organizadas por la empresa.....	91
Tabla N° 10. Los programas motivacionales de la empresa mejoran la actitud de los trabajadores.....	93

Tabla N°11. Mi actitud es positiva cuando participo en los programas de motivación.....	94
Tabla N° 12. Me interesa participar en las actividades recreativas de la empresa.....	96
Tabla N° 13. La empresa reconoce la labor realizada otorgando incentivos de carácter salarial a los trabajadores.....	97
Tabla N° 14. Me siento satisfecho con las oportunidades de crecimiento que ofrece la organización.....	99
Tabla N° 15. Siento satisfacción con los beneficios no salariales que aporta la organización.....	100
Tabla N° 16. Percibo estímulo positivo de parte de mi supervisor referente a mi desempeño laboral.....	102
Tabla N° 17. La empresa ofrece la oportunidad de ascender de puesto de trabajo.....	103
Tabla N° 18. La empresa promueve primero a sus empleados antes de buscar en el mercado.....	105
Tabla N° 19. La empresa establece programas de reconocimiento público a trabajadores destacados.....	106
Tabla N° 20. Recibo de la empresa como incentivos simbólicos (placas, diplomas, botones).....	108
Tabla N° 21. Recibo capacitación y adiestramiento por parte de la empresa en relación al cargo.....	109

Tabla N° 22. Mi actitud en el trabajo requiere de los programas de motivación.....	111
Tabla N° 23 Considero que en mi ambiente de trabajo hay motivación.....	112
Tabla N° 24. Reconocen los aportes que realizo en beneficio de las actividades inherentes a mi cargo.....	114
Tabla N° 25. Considero que con los programas de motivación puedo tener mejor desempeño de mis labores	115
Tabla N° 26. La empresa me ofrece beneficios salariales que contribuyen a la motivación del personal.....	117
Tabla N° 27. Considero que las actividades deportivas y culturales motivan a los trabajadores de la empresa.....	119
Tabla N° 28. La empresa toma en cuenta mi opinión para la planificación de los programas motivacionales.....	120
Tabla N° 29. La empresa consulta por medio de encuestas los tipos de programas motivacionales y recreativos que me gustaría disfrutar durante el año.....	122
Tabla N° 30. Los programas motivacionales van dirigidos a todo el personal que labora dentro de la empresa.....	123

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Programas motivacionales.....	81
Gráfico N° 2. Charlas de los programas de motivación.....	83
Gráfico N° 3. Información sobre los programas motivacionales.....	84
Gráfico N° 4. Participación en actividades de recreación e integración.....	85
Gráfico N° 5. Participación en otros eventos de motivación.....	87
Gráfico N° 6. Interés en las fechas de los programas de motivación.....	88
Gráfico N° 7. Participación de familiares.....	89
Gráfico N° 8. Adiestramiento y capacitación de los empleados.....	90
Gráfico N° 9. Satisfacción con las actividades recreativas.....	92
Gráfico N° 10. Actitud de los trabajadores.....	93
Gráfico N° 11. Actitud en los programas de motivación.....	95
Gráfico N° 12. Interés en las actividades recreativas.....	96
Gráfico N° 13. Reconocimiento de labores	98
Gráfico N° 14. Oportunidades de crecimiento.....	99
Gráfico N° 15. Beneficios no salariales.....	101
Gráfico N° 16. Estímulo positivo	102

Gráfico N° 17. Oportunidades de ascenso.....	104
Gráfico N° 18. Oportunidades de ascenso de los empleados.....	105
Gráfico N° 19. Reconocimiento a empleados destacados.....	107
Gráfico N° 20. Incentivos simbólicos.....	108
Gráfico N° 21. Capacitación por la empresa en relación al cargo.....	110
Gráfico N° 22. Actitud en el trabajo mediante los programas.....	111
Gráfico N° 23. Motivación en ambiente de trabajo	113
Gráfico N° 24. Reconocimiento de aportes por las actividades al cargo.....	114
Gráfico N° 25. Mejor desempeño por los programas de motivación.....	116
Gráfico N° 26. Beneficios ofrecidos por la empresa	117
Gráfico N° 27. Las actividades culturales y deportivas motivan a los empleados	119
Gráfico N° 28. Opinión para planificar programas motivacionales	121
Gráfico N° 29. Consulta por medio de encuestas de los programas recreativos.....	122
Gráfico N° 30. Programas motivacionales para todo el personal de la empresa.....	123

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 Pirámide de Maslow.....	43
Figura N° 2 Correlación entre Maslow y Herzberg.....	48

INTRODUCCIÓN

En todos los ámbitos de la existencia humana interviene la motivación como mecanismo para lograr determinados objetivos y alcanzar determinadas metas, ya que representa un fenómeno humano universal de gran trascendencia para los individuos y la sociedad. La motivación es un elemento importante del comportamiento organizacional, que permite el esfuerzo, la energía y la conducta en general del trabajador, permitiéndole sentirse mejor respecto a lo que hace y estimulándolo a que trabaje más para el logro de los objetivos que interesan a la organización.

En la actualidad se vive en el mundo una serie de cambios rápidos, continuos e inesperados, donde las organizaciones son afectadas y a la vez también van a influir en la motivación y satisfacción del individuo, teniendo como resultado que esta sea cada vez más compleja. En las empresas desafortunadamente existen trabajadores que aún muestran actitudes negativas frente a los programas de motivación diseñados por la organización, donde ciertos factores los llevan a la frustración y desmotivación, siendo la misma empresa la que los gratifique, estimule y motive en su desarrollo personal y laboral.

La motivación es un tema muy complejo porque antes se pensaba que las personas solo se motivaban por impulso externo como por ejemplo la remuneración económica, ahora se establece que las personas se motivan bajo diferentes incentivos tales como: El ascenso, crecimiento y reconocimiento profesional. Hoy en día, entender y explicar lo que motiva y

satisface al ser humano en su vida personal y laboral es muy complicado, ya que el trabajo es el lugar donde hay mayor preponderancia de motivación por el simple hecho de que los trabajadores pasan el mayor tiempo del día en estos espacios.

Bajo este planteamiento se presenta esta investigación titulada “Factores motivacionales que inciden en la actitud de los trabajadores de una empresa del sector plástico ubicada en la Zona Industrial El Recreo del Estado Carabobo” con el propósito de evaluar los factores motivacionales que inciden en la actitud de los trabajadores de la empresa del sector plástico ubicada en la Zona Industrial El Recreo del Estado Carabobo evidenciando los aspectos que requieran mejora.

La metodología utilizada para llevar a cabo esta investigación se basa en una investigación de campo en la empresa en estudio, aplicando una encuesta a sus trabajadores que permite definir las actitudes positivas y negativas que tienen con respecto a las compensaciones, reconocimiento, adiestramiento y capacitación, recreación establecido por la empresa; Considerando estos como factores que inciden directamente en la motivación laboral.

Para cumplir a cabalidad con las formalidades establecidas por la Universidad de Carabobo para la presentación del Trabajo de Grado, el mismo consta de cuatro capítulos, los cuales son los siguientes:

En el Capítulo I: Se planteó el problema utilizado para el desarrollo de la presente investigación, así como el objetivo general, los objetivos específicos y la justificación de la investigación.

En el Capítulo II: Se tomó en consideración los antecedentes de la investigación, las bases teóricas que respaldan el estudio, así como la definición de términos básicos que fundamentan la presente investigación referente a las variables a estudiar.

En el Capítulo III: Se hace mención de la metodología utilizada por la investigación, destacando el tipo y diseño del estudio, las estrategias de investigación, la población y la muestra.

En el Capítulo IV: Se presenta el análisis e interpretación de resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos, y finaliza con la presentación de las conclusiones y recomendaciones, con lo cual se cumplen los objetivos generales y específicos planteados.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

Dentro del mundo de las organizaciones, el hombre desde sus inicios ha generado un cambio de entorno constante y progresivo, impulsado por las interacciones sociales, sus necesidades y también apoyado de las condiciones de semejanza que poseen en un momento determinado. Desde un comienzo descubrió que la manera de crecer y mantener una estabilidad armónica era a través de la socialización, como una forma de ayuda mutua para lograr un fin en común, bajo un orden establecido y aceptado por otros, el cual a medida del tiempo y de los procesos de aprendizaje y cambios, buscó la forma de hacer que el entorno fuese más aceptable por medio de la satisfacción.

A medida que el hombre formaba vínculos sociales también se incrementaron sus necesidades, las cuales le motivaban a realizar actividades para satisfacerlas y mantener una estabilidad social fundamental para sentirse en bienestar y confort dentro de las interrelaciones. Estas condiciones de igualdad y necesidad de interrelación, lograron que la sociedad se formara como un entorno fundamental cuya base para el impulso de cualquier fin común sea el beneficio colectivo, el cual gestiona a la supervivencia; Es por ello que la motivación siempre ha sido un factor

esencial para fomentar distintos cambios relacionados con los vínculos sociales en cualquier entorno histórico de nuestro mundo.

Según Guillen Delgado (2000) cita lo siguiente:

La motivación es el proceso mediante el cual las personas, al realizar una determinada actividad, deciden desarrollar unos esfuerzos encaminado a la consecución de ciertas metas u objetivos a fin de satisfacer algún tipo de necesidad y/o expectativa, y de cuya mayor o menor satisfacción va a depender el esfuerzo que decidan aplicar en acciones futuras.
(p.197)

De esa forma las sociedades se consolidaron a lo largo de la historia para crear así otras organizaciones vinculadas a cumplir un objetivo o una meta en común basadas en necesidades colectivas; Así las organizaciones empresariales en el mundo para lograr cumplir sus objetivos planifican una serie de fundamentos específicos para que sus trabajadores se enfoquen fijamente en los objetivos de la empresa y que a su vez esos obstáculos internos y externos sean cada vez más reducidos.

Es importante comprender que realmente el hombre siempre realiza esfuerzos para lograr cumplir objetivos en cualquier entorno social, relacionado con hacer que sus necesidades siempre se encuentren cubiertas. En el mundo empresarial el hombre crea su entorno social y son las organizaciones quienes deben fomentar una estrategia para cubrir las

necesidades que puedan influir en el cumplimiento de los objetivos y el grado de satisfacción en el clima laboral. Deben existir factores determinantes de motivación que impulsen a los trabajadores al logro de las metas establecidas, son los factores motivacionales quienes hacen la diferencia y potencian el clima en la organización.

De las teorías existentes sobre los factores motivacionales se toma la propuesta por Frederick Herzberg en el año 1968, también conocida como la teoría de motivación e higiene, fue convencido de que la relación de un individuo con su trabajo es básica y de que su actitud hacia éste bien puede determinar el éxito o el fracaso; Estos factores higiénicos o factores extrínsecos están relacionados con la insatisfacción, pues se localizan en el ambiente que rodean a las personas y abarcan las condiciones en que desempeñan su trabajo y los factores motivacionales o factores intrínsecos, están relacionados con la satisfacción en el cargo y con la naturaleza de las tareas que el individuo ejecuta.

Por esta razón, los factores motivacionales están bajo el control del individuo, pues se relacionan con aquello que él hace y desempeña. Los factores motivacionales involucran los sentimientos relacionados con el crecimiento y desarrollo personal, el reconocimiento profesional, las necesidades de autorrealización, la mayor responsabilidad y dependen de las tareas que el individuo realiza en su trabajo; Tradicionalmente las tareas y los cargos han sido diseñados y definidos con la única preocupación de atender a los principios de eficiencia y de economía suprimiendo los aspectos de reto y oportunidad para la creatividad individual, con esto pierden el significado psicológico para el individuo que los ejecuta y tienen un

efecto de "desmotivación" que provoca apatía, desinterés y falta de sentido psicológico ya que la empresa sólo ofrece un lugar decente para trabajar, esta teoría desarrollada por Herzberg puede representar la explicación más popular de la motivación para trabajar.

Según Miquilena Colina Dionielvy (2011) citado por Aguado (1988):

La motivación laboral está basada en la satisfacción de las necesidades como consecuencia del ámbito y factores laborales establecidos, que dicha satisfacción se logra mediante diversos factores motivacionales que se describe como: El resultado de diversas actitudes que tienen los trabajadores en relación al salario, la supervisión, el reconocimiento, oportunidades de ascensos (entre otros) ligados a otros factores como la edad, la salud, relaciones familiares, posición social, recreación y demás actividades en organizaciones laborales, políticas y sociales (p.43).

En el país, las organizaciones públicas y privadas poseen una gran cantidad de trabajadores que generan un clima laboral cambiante dentro de la misma, el cual depende en gran parte de las acciones del patrono y en la ejecución de actividades, métodos y programas que mejoren el comportamiento de los trabajadores dentro de las jornadas de trabajo, con el objetivo de lograr alcanzar las metas organizacionales.

Para ello, debe enfrentar una serie de factores desmotivacionales que pueden incidir negativamente en el desarrollo de las metas-planes establecidas. Todos estos factores pueden poner en riesgo la continuidad de una organización debido a que el trabajador es la fuerza de trabajo de la misma, el cual no carece de emociones, sentimientos y anhelos, está en búsqueda de cumplir sus logros con el aporte de su trabajo.

Dentro de este escenario cabe destacar que la empresa del sector plástico ubicada en la Zona Industrial El Recreo del Estado Carabobo dispone de 65 trabajadores donde en un 60 por ciento se ha observado la apatía o poco interés que muestran los trabajadores en participar en los programas de motivación que la empresa diseñó desde el año 2008, lo que la investigación a desarrollar busca evaluar los factores de motivación presentes en esta organización con el fin de conocer que genera esta actitud en los trabajadores frente a estos programas de motivación.

Es necesario indagar e identificar los factores que producen la apatía o la actitud negativa y así de esta forma establecer estrategias para que la aplicación de los programas motivacionales sean efectivas, enfocadas al comportamiento y aceptación de los trabajadores y de esta manera lograr un bienestar en el trabajador y la organización, para esto es de vital importancia considerar la teoría de Frederick Herzberg quien marca la tendencia de la presente investigación.

Como consecuencia surgen entre otras las siguientes inquietudes, en la investigación a desarrollar: ¿Cuáles son los factores motivacionales

presentes en la organización? ¿Qué programas de motivación para los trabajadores desarrolla la organización? ¿Cuál es la actitud de los trabajadores frente a los programas de motivación? ¿Qué tipos de programas son necesarios para cambiar la actitud de los trabajadores? ¿Qué tipos de programas pueden ser utilizados como estrategias motivacionales en la organización?

Objetivos de la Investigación

Objetivos General

Evaluar los factores motivacionales que inciden en la actitud de los trabajadores de la empresa del sector plástico ubicada en la Zona Industrial de Valencia Edo. Carabobo evidenciando los aspectos que requieran mejora.

Objetivos Específicos

1. Analizar los factores motivacionales presentes en la empresa del sector plástico ubicada en la zona industrial de Valencia Edo. Carabobo.
2. Identificar los programas motivacionales presentes en la empresa del sector plástico ubicada en la zona industrial de Valencia Edo. Carabobo.
3. Determinar la actitud de los trabajadores frente a los programas motivacionales de la organización.

4. Proponer un conjunto de recomendaciones a los programas de motivación establecidos a fin de mejorar o mantener la actitud de los trabajadores.

Justificación de la Investigación

Las organizaciones en toda la historia se han enfocado en estudiar las formas para lograr que el hombre posea la mejor actitud en su puesto de trabajo, el reto de toda organización es tener un empleado motivado con una actitud positiva y comprometida con lo que hace.

Para que las empresas lleven a cabo la máxima eficacia es sumamente importante que los gerentes conozcan la fuerza motivadora de las necesidades humanas, esto permitirá en función de las necesidades, intereses y motivos, planificar e implementar programas de motivación adecuados que sean capaces de estimular a la fuerza de trabajo en orden de obtener un rendimiento excelente de cada empleado. En este orden de ideas la motivación es básica en todo comportamiento humano y por lo tanto también los esfuerzos por mejorar el desempeño en sus labores, el éxito de los trabajadores con respecto a su actitud se debe reforzar de inmediato mediante recompensas, no solo en forma de dinero, sino también mediante un mayor reconocimiento, participación y posibilidades de aprendizaje.

Es por ello que la presente investigación se considera importante ya que responde a la necesidad de identificar los factores motivacionales presentes en la organización, esta permitirá observar una gran realidad

acerca de estos factores y las estrategias que deben aplicar las organizaciones para obtener una actitud positiva de los trabajadores frente a programas de motivación.

Desde el punto de vista metodológico, es posible encontrar un aporte propio de la investigación descriptiva, que se orienta a los factores motivacionales y la actitud de los trabajadores, beneficiando a todo aquel investigador que desee establecer a profundidad dicho tema, suministrándole una herramienta que fomente el interés en el estudio de estos factores tan importantes en una organización.

En virtud de lo antes mencionado son las razones por las cuales se eligió la presente investigación, debido a que es de vital importancia que los trabajadores se sientan motivados y que demuestren actitudes positivas frente a los programas motivacionales que se establecen en la organización.

La argumentación de esta investigación y los resultados que se obtendrán serían importantes, así como los aportes que se originan serán de mucho provecho para el investigador como para la organización al momento de diseñar y elaborar estrategias gerenciales que a su vez generan impacto a la hora de participar en los programas motivacionales.

Se puede apreciar, que la intención de la presente investigación se enfoca en evaluar los factores motivacionales que puedan tener incidencias en la actitud de los trabajadores de la empresa del sector plástico, cuyo propósito es la formulación de nuevas estrategias, que permitan impulsar la

satisfacción, participación e interés de los trabajadores frente a los programas recreativos y motivacionales, para así alcanzar los objetivos programados e impartidos por la organización, sirviendo como base fundamental para la integración de los grupos sociales que hacen vida en la empresa en estudio.

Por otra parte, el presente estudio se justificó debido a los diferentes aportes teóricos y aquellas investigaciones consultadas, que han permitido centrar inquietudes en formular nuevas acciones gerenciales, que admitan un cambio sobre la actitud de los trabajadores con respecto a los programas motivacionales.

Cada día este tema va cobrando mayor importancia, por el cual puede asegurarse que es un gran aporte al conocimiento y al estudio de estos factores relevantes, al poder ser una herramienta de respaldo a futuras investigaciones, que aborden el tema tratado en este enfoque.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

El objetivo fundamental del marco teórico de la investigación es ofrecer una delimitación previa de referentes que permitan orientar el estudio en todos sus aspectos, ampliando la descripción del problema, logrando una interacción de la teoría con la investigación. En este sentido, surge la necesidad al realizar este objeto de estudio a fin de explorar sobre los factores motivacionales que se presentan en la actitud de los trabajadores de diversas organizaciones, siendo estos antecedentes la base de esta investigación.

Antecedentes de la Investigación

Con el fin de destacar la relevancia del estudio, y proporcionar un sustento teórico que permita una mayor comprensión de la investigación, se procedió a la revisión de diversos trabajos previos, referidos al objeto de estudio, y los cuales sirven de base para el desarrollo de este trabajo. El tema de los factores motivacionales es de gran importancia y de interés, es por ello que requiere de profundo análisis y de una gran cantidad de base investigativa que apoye este trabajo. A continuación se mencionan algunas investigaciones las cuales están vinculadas con el tema y cuyos aportes se muestran significativos para esta investigación dado que enfatizan el tema de la motivación dentro del entorno laboral como factor determinante, dichos antecedentes son presentados atendiendo al ámbito nacional e internacional:

Rodríguez y Velasco, (2010). Factores que inciden en la motivación del personal de la empresa Derivados Plásticos, C.A. Ubicada en Valencia estado Carabobo. Trabajo de Grado para optar al Título de Licenciado en Administración Comercial. Universidad de Carabobo - Estado Carabobo. No publicada.

La investigación se basó en evaluar los factores que inciden en la motivación del personal de la empresa Derivados Plásticos, C.A ubicada en Valencia, Estado Carabobo, tomando en cuenta la problemática presentada en la unidad de estudio. Se realizó bajo la modalidad de investigación de modelo cualitativo etnográfico, apoyado en un diseño fenomenológico. Para recaudar la información y darles cumplimientos a los objetivos planteados, se utilizó como instrumento la recolección de datos, donde se aplicó un cuestionario con preguntas abiertas, realizado a una muestra intencional de ocho (8) trabajadores de la empresa.

A lo largo de la investigación se logró describir las teorías de la motivación que sirvieron de sustento para el análisis de los resultados. A través de este trabajo se pudo conocer que los trabajadores se sienten motivados intrínsecamente y por otro desmotivados extrínsecamente por lo cual se generó una paradoja en la investigación. Los autores sugieren a la empresa una estrategia que mejoren las condiciones laborales de la organización desde el punto de vista monetario y sanitario. Además sugerir a otros investigadores para promover nuevas teorías de motivación y sean aplicadas en el contexto venezolano.

Uribe, (2009). La motivación como estrategia generadora de satisfacción. Empresas dedicadas al servicio de punto de ventas, Trabajo Especial de Grado para optar al título de Maestría en Administración de

Empresas mención Gerencia, en el Área de estudios de Postgrado de la Universidad de Carabobo.

El objetivo general fue analizar las estrategias claves de motivación al personal técnico laboral en el contexto de las empresas de servicios de punto de venta del Estado Carabobo con la intención de buscar el incremento de la satisfacción en la gestión de trabajo.

La metodología se enmarcó en una investigación descriptiva, revisión documental y un trabajo de campo. El trabajo concluye en que la elaboración de un programa de motivación es un factor principal e importante que a través del cual se determinan elementos que ayuden a incrementar la motivación dentro de la empresa, donde los beneficiados van a ser los trabajadores y por ende la organización, y así solventar la problemática existente.

De esta manera, el aporte de este estudio, para la presente investigación es la promoción motivacional que contribuye a la formación individual y profesional de los trabajadores de la empresa, optimizando así el rendimiento y satisfacción laboral. Las palabras claves de la investigación estudiada fueron motivación, satisfacción laboral y desempeño.

Porras y Roufett, (2005). Cultura organizacional y motivacional laboral de los trabajadores de la empresa Green Spot Embotelladora Venezuela, S.A., en su Trabajo Especial de Grado para optar al título de Licenciado en Administración Comercial en la Universidad de Carabobo. Sin publicar.

Las investigadoras se plantearon como objetivo general analizar la cultura organizacional y motivación laboral de los trabajadores de la empresa

Green Spot Embotelladora Venezuela, S.A. La investigación estuvo enmarcada dentro del tipo descriptiva - de campo, aplicando un cuestionario para caracterizar la cultura organizacional de la empresa e identificar los niveles de motivación laboral, haciendo además un estudio de correlación para determinar la relación entre ambas variables.

El aporte de este trabajo consiste en la forma como brinda un desarrollo y equilibrio de enseñanza y motivación a los trabajadores, incrementando así el rendimiento y autoestima dentro de la empresa. Por esta razón, en esta investigación se refleja la importancia que representa la motivación y el desarrollo de la cultura organizacional para el ámbito laboral, para de esta forma contar con una organización capaz de motivar a sus trabajadores y que se cumpla con todas las expectativas en cuanto al rendimiento como principal objetivo, superar y adquirir conocimientos laborales para que sus experiencias sean provechosas dentro de la empresa y no se convierta en rutinaria.

Torres (2005). Factores motivacionales que influyen en los trabajadores a nivel de piso en un centro comercial ubicado en Pachuca, Hidalgo. Trabajo de Grado para optar al Título de Licenciado en Psicología Universidad de Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH), México.

Este estudio tuvo como objetivo general conocer si se puede utilizar una estrategia única o global de motivación a pesar de sus diferencias individuales como sexo, escolaridad, estado civil, edad y antigüedad dentro de la empresa en los trabajadores de la tienda de autoservicio Soriana de Pachuca Hidalgo, específicamente en los trabajadores de piso o ventas. El tipo de modelo de esta investigación es descriptivo porque el propósito es describir cual o cuales son los factores que motivan al trabajador de Soriana

Pachuca, se realizó bajo el modelo cuantitativo, para recaudar la información y darles cumplimientos a los objetivos planteados se utilizó el cuestionario, con la aplicación de la escala de Likert.

En esta investigación se pudo analizar las teorías de la motivación las cuales sirvieron de sustento para el análisis de los resultados. A través de este trabajo se pudo conocer que de los diferentes factores, el factor motivacional del estima fue el de mayor puntaje los resultados es que los trabajadores buscan obtener afecto, aprecio, apego, por otra parte los demás buscan es gratificaciones, reconocimientos, admiración por el esfuerzo o sacrificio que realizan día con día en su medio de trabajo, tanto los directivos de la empresa como de las personas que lo rodean.

Los autores sugieren a la empresa reforzar los factores motivacionales por medio de felicitación y reconocimiento por el esfuerzo a su trabajo, integración de grupos, convivencias, apoyo e impulso a estudios, alcance de metas y objetivos, premios, ascensos, salarios entre otros. Igualmente, sugieren investigar sobre la motivación y que esta investigación sirva de impulso a otros investigadores. Esta investigación se relaciona con este tema de investigación, ya que se busca identificar los factores motivacionales existentes en la organización y como inciden en la actitud de los trabajadores, dichos factores son el reconocimiento laboral, la realización personal, entre otros, asimismo aportó información teórica para sustentar dicha investigación.

Bases Teóricas

A continuación se presentan algunos enfoques teóricos y términos que hacen referencia a los análisis de cada variable de estudio, tendientes a precisar la naturaleza y alcance de los procesos motivacionales, demarcando el enfoque de estudio.

Motivación

Se define motivación como los procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza un individuo para alcanzar un objetivo. Si bien la motivación en general se refiere al esfuerzo para lograr cualquier objetivo, esta investigación se limita a los objetivos organizacionales, con el objeto de reflejar el interés particular en el comportamiento relacionado con el trabajo.

Según Flores (1994:28) “La motivación es un proceso dinámico en el cual el individuo orienta sus acciones hacia la satisfacción de las necesidades generadas por un estímulo concreto y al conseguirlo, experimenta una serie de sentimientos gratificantes”.

La motivación está constituida por todos los factores capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo. La motivación también es considerada como el impulso que conduce a una persona a elegir y realizar una acción entre aquellas alternativas que se presentan en una determinada situación. En efecto, la motivación está relacionada con el impulso, porque éste provee eficacia al esfuerzo colectivo orientado a conseguir los objetivos de la empresa, y empuja al individuo a la búsqueda

continua de mejores situaciones a fin de realizarse profesional y personalmente, integrándolo así en la comunidad donde su acción cobra significado.

Según Espada (2003:3) “La motivación es un factor emocional básico para el ser humano y para cualquier profesional; estar motivado significa realizar las tareas cotidianas sin apatía y sin sobreesfuerzo adicional”.

Con este argumento teórico y conceptual, se comprueba la importancia que tiene la motivación en los seres humanos y cómo influye en las tareas cotidianas que este realiza; Los cuales deben ser considerados para lograr metas y objetivos deseados en un fin específico, dentro de cualquier organización social.

Motivación en el Trabajo

La motivación de trabajo es un conjunto de fuerzas energéticas que se originan de forma interna y externa en un individuo, para iniciar un comportamiento relacionado con el trabajo y determinar su forma, dirección, intensidad y rendimiento. La motivación laboral está influenciada directamente por varios factores como la personalidad del individuo, su sistema de creencias, entre otros. La motivación laboral dependerá de gran manera de dos factores, como la persona se auto motive y como lo estimula el medio.

Según Amorós Eduardo (2007:81), define la motivación laboral como “Las fuerzas que actúan sobre el trabajador, y originan que se comporte de una manera determinada, dirigida hacia las metas, condicionados por la capacidad del esfuerzo de satisfacer alguna necesidad individual.”

Las motivaciones que llevan al hombre a trabajar abarcan recompensas sociales como la interacción social, el respeto, la aprobación, el estatus y el sentimiento de utilidad. Si la motivación fuera simplemente económica bastaría con subir los sueldos para motivar a los empleados a subir la productividad.

Las Actitudes

Desde el nacimiento de los individuos, las personas tienen cierta regularidad en los sentimientos y pensamientos, los cuales son muy diversos y pueden ser alterados con frecuencia a favor o en contra de un objeto determinado.

Para Don Hellriegel, John Solum y Dick Woodman (1997). “Las actitudes son tendencias relativamente duraderas de sentimientos, creencias y comportamientos dirigidos hacia personas, grupos, ideas, temas u objetos específicos”

La actitud de una persona es muy variada y de ella va a depender en gran parte el hecho de muchas creencias, valores y situaciones que tenga el ser humano desde la infancia y del entorno en el que se desenvuelve día a día. Las actitudes representan un determinante de primera importancia de la orientación del individuo con respecto a su medio social y físico.

Shiffman y Kanuk (2005:253) definen la actitud como “Una predisposición aprendida que impulsa al individuo a comportarse de una manera consistentemente favorable o desfavorable en relación al objeto determinado”.

Primeras Teorías de la Motivación

La década de 1950 fue un periodo fructífero para el desarrollo de los conceptos de la motivación, pues se formularon cuatro teorías específicas sobre ella, las que aun cuando hoy son muy atacadas y cuestionables en términos y su validez, es probable que constituyan las explicaciones mejor conocidas acerca de la motivación de los empleados. Desde ese entonces se han desarrollado explicaciones más válidas de la motivación, donde se recomienda aprender esas teorías tempranas al menos por dos razones: Primero porque representan el fundamento en el que se basan las teorías contemporáneas y segundo porque los gerentes profesionales aún las utilizan, así como su terminología, para explicar la motivación de los empleados.

Teoría de la Jerarquía de las Necesidades

Davis (2000), afirma que la teoría mejor conocida sobre la motivación es la de la jerarquía de las necesidades, enunciada por Abraham Maslow en el año 1943, que planteó la hipótesis de que dentro de cada ser humano existe una jerarquía de cinco necesidades.

- Fisiológicas: Incluyen hambre, sed, cobijo, sexo y otras necesidades corporales.
- Seguridad: Están el cuidado y la protección contra los daños físicos y emocionales.
- Sociales: Afecto, sentido de pertinencia, aceptación y amistad.

- **Estima:** Quedan incluidos factores de estimación internos como el respeto de sí, la autonomía y el logro; factores externos de estimación, como el status, el reconocimiento y la atención.
- **Autorrealización:** Impulso para convertirse en aquello que uno es capaz de ser: Se incluyen el crecimiento, el desarrollo del potencial propio.

Conforme se satisface lo suficiente cada una de estas necesidades, la siguiente se vuelve dominante (Ver Figura 1), el individuo sube los escalones de la jerarquía. Desde el punto de vista de la motivación, la teoría afirma que si bien ninguna necesidad se satisface por completo, aquella que se cubre en lo sustancial deja de motivar. Así que de acuerdo con Maslow, si se desea motivar a alguien, necesita entender en qué nivel de la jerarquía se encuentra esa persona y centrarse en satisfacer las necesidades de ese nivel o las superiores.

(Figura 1) Pirámide de Maslow



Fuente: Stanton, Etzel y Walker

Maslow en el año 1943, clasificó las cinco necesidades en órdenes mayores y menores, las fisiológicas y de seguridad las describió como

necesidades de orden inferior, las sociales de estima y autorrealización como necesidades de orden superior. La diferencia entre los dos órdenes se basó en la premisa de que las superiores se satisfacen sobre todo en el exterior (con cosas como el salario, contratos sindicales).

La teoría de la jerarquía de necesidades de Maslow ha recibido mucho reconocimiento, en particular de los gerentes profesionales. Esto es atribuible a su lógica intuitiva y facilidad de comprensión. Desafortunadamente, las investigaciones no le dan validez. Maslow no le dio una base empírica y varios estudios realizados para validarla tampoco lo han conseguido.

Teoría de los dos Factores o Teoría de la Motivación de Herzberg

Robbins (2009), aporta que Herzberg (1968) propuso la teoría de los dos factores, también conocida como la teoría de la motivación e higiene para explicar mejor el comportamiento de las personas en el trabajo, en esta teoría plantea que las personas están influenciadas por dos factores: La satisfacción que es principalmente el resultado de los factores de motivación, elementos que ayudan a aumentar la satisfacción del individuo, pero tienen poco efecto sobre la insatisfacción. La insatisfacción que es principalmente el resultado de los factores de higiene, si estos factores faltan o son inadecuados causan insatisfacción, pero su presencia tiene muy poco efecto en la satisfacción a largo plazo.

La teoría de la motivación-higiene, también conocida como teoría de los dos factores, establece que las causas que generan insatisfacción en los trabajadores son de naturaleza totalmente diferente de los factores que producen la satisfacción, esta teoría parte de que el hombre tiene un doble sistema de necesidades: La necesidad de evitar el dolor o las situaciones

desagradables y la necesidad de crecer emocional e intelectualmente. Por ser cualitativamente distinto cada tipo de necesidad en el mundo del trabajo requiere de incentivos diferentes, por eso se puede hablar de dos tipos de factores que intervienen en la motivación en el trabajo. Uno de ellos son los factores de higiene o factores extrínsecos, los cuales se enfocan en el contexto en el que se desarrolla el trabajo y las condiciones que lo rodean, estos están fuera del control de las personas.

Entre los principales factores higiénicos se encuentran: El salario, los beneficios sociales, el tipo de dirección o supervisión que las personas reciben, las condiciones físicas y ambientales de trabajo, las políticas y reglamentos internos, relaciones con los compañeros de trabajo, status, seguridad laboral, crecimiento, madurez y la consolidación.

En unas frases bien enunciadas, se expresa una brecha de dos aspectos diferentes la satisfacción y la insatisfacción. El opuesto de la satisfacción laboral no es la insatisfacción sino la no satisfacción. El opuesto de la insatisfacción laboral no es la satisfacción sino la no insatisfacción. Las mejoras de los factores de higiene tienen efectos a corto plazo, las necesidades de higiene (o de mantenimiento) son cíclicas por naturaleza y vuelven a un punto de inicio. Esto lleva al síndrome ¿Qué has hecho por mí últimamente?; las necesidades higiénicas tienen un punto cero cada vez mayor y ninguna respuesta definitiva.

Según la investigación de Herzberg cuando los factores higiénicos son óptimos evita la insatisfacción de los empleados, y cuando los factores higiénicos son pésimos provocan insatisfacción. Su efecto es como un medicamento para el dolor de cabeza, combaten el dolor pero no mejora la salud. Por estar relacionados con la insatisfacción, Herzberg los llama

factores de insatisfacción. Herzberg (1968) planteó también los factores de motivación o factores intrínsecos, estos factores están bajo el control del individuo (persona) ya que se relaciona con lo que él hace y desempeña. Los factores materiales involucran sentimientos relacionados con el crecimiento individual, el reconocimiento profesional y las necesidades de autorrealización que desempeña en su trabajo.

Las tareas y cargos son diseñados para atender a los principios de eficiencia y de economía, suspendiendo oportunidades de creatividad de las personas. Esto hace perder el significado psicológico del individuo, el desinterés provoca la "desmotivación" ya que la empresa sólo ofrece un lugar decente para trabajar. Se pueden observar los logros, el reconocimiento, la independencia laboral, la responsabilidad, la promoción y también dinámica de higiene.

Herzberg publicó sus conclusiones en el libro "La motivación para el trabajo". Los estudios incluyeron entrevistas donde los empleados cuando se les preguntó, qué tan contento y descontento estaban acerca de su trabajo, contestaron según su criterio. Herzberg encontró que los factores que causan satisfacción en el trabajo eran diferentes de los de insatisfacción, desarrolló la teoría de la motivación de higiene para explicar estos resultados, llamó a los motivadores "Satisfactorios" y a los de insatisfacción de "Higiene". Esta teoría también fue protagonista de diversas opiniones, las cuales expresan un análisis desde otros puntos de vista.

Sin embargo Keith y Newstrom (2000) resaltan su opinión acerca del modelo de Herzberg indicando lo siguiente:

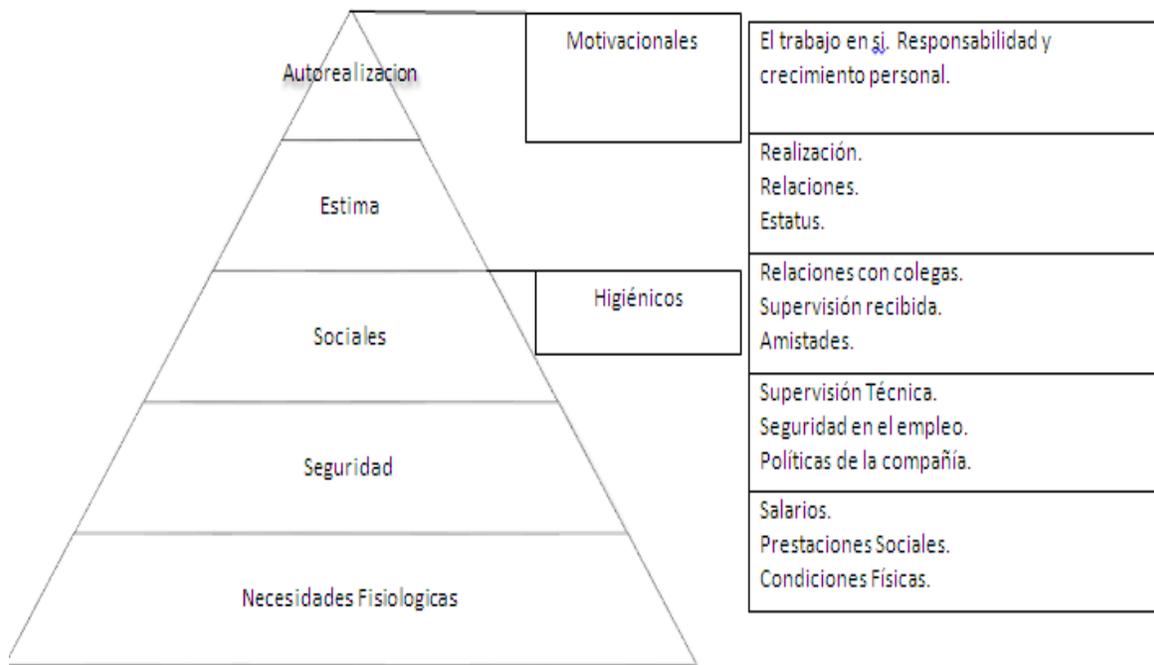
El modelo esboza solo tendencias generales; los factores de mantenimiento pueden ser motivadores para algunas personas y los motivadores pueden ser factores de mantenimiento para otras. Finalmente, todo indica que este modelo está atado a un método, porque solo el procedimiento seguido por Herzberg (la experiencia de solicitud de informes personales e experiencias de trabajo favorables y desfavorables) produce el modelo de los dos factores. En pocas palabras, quizás se trate de dos factores solo en apariencia y en realidad exista únicamente uno (p.136).

Cabe resaltar que a pesar de las críticas opiniones contrarias de otros autores, la teoría de Herzberg aún sigue siendo de gran importancia dentro del mundo laboral el cual es relacionado con la teoría de Maslow a diferencia de que solo los engloba en dos factores principales (Ver Figura 2).

(Figura 2) Correlación entre Maslow y Herzberg

Pirámide de Maslow

Teoría de los Dos Factores de Herzberg



Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015)

Las Teorías X y Y

Judge Timothy (2009), plantea que los trabajos de Douglas McGregor se desarrollan en el campo de los estilos de dirección y la motivación de los trabajadores, donde se requiere de un esfuerzo continuo para demostrar la importancia del potencial humano y ayudar a la empresa a conseguir sus objetivos. Desde su punto de vista, tanto las personas como las organizaciones obtienen importantes beneficios de la implantación en la empresa, de un clima de mayor libertad y flexibilidad apoyado en una supervisión más abierta. Mc Gregor afirmó que el buen administrador depende considerablemente de su capacidad de predecir y controlar la conducta de los empleados a su cargo.

La autoridad es el medio esencial e indispensable para el control administrativo, ya que los medios de control social como la jerarquía, persuasión y coerción física son menos eficaces. La eficiencia y oportunidad de determinada forma de control dependen de diversas circunstancias, si hay dependencia, hay posibilidades de control. Si alguien puede afectar nuestra capacidad de satisfacer nuestras necesidades, entonces también puede afectar nuestra conducta.

Douglas McGregor (1962) propuso dos visiones diferentes de los seres humanos uno negativo en esencia llamado teoría X, esta asume que a las personas les desagrada el trabajo y deben ser obligadas, controladas y dirigidas hacia los objetivos que persigue la organización. Y el otro básicamente positivo denominado teoría Y, definido por el interés intrínseco que por término medio tienen las personas en su trabajo y su deseo de actuar con propia iniciativa para resolver los problemas de la empresa.

En la teoría de McGregor, por tanto, no es la dirección la que consigue motivar y satisfacer a los trabajadores; sin embargo, si es responsabilidad de la organización facilitar los medios y disponer de las condiciones, de manera que las personas puedan satisfacer sus necesidades inferiores. Para entender a profundidad las teorías X y Y piense en términos de la jerarquía de Maslow. La teoría Y plantea que las necesidades de orden superior dominan a los individuos, incluso McGregor llegó a pensar que los supuestos de la teoría Y eran más válidos que los de la X, por tanto propuso ideas como la toma de decisiones participativa, trabajos responsables que plantean retos y buenas relaciones grupales, como enfoques que fortalecieran la motivación de un empleado en su trabajo.

Después de estudiar la manera en que los gerentes se relacionaban con los empleados, McGregor concluyó que la naturaleza de los seres humanos se basaba en ciertas agrupaciones de suposiciones y tendían a moldear su comportamiento hacia los trabajadores. Según McGregor en el año 1960, de acuerdo con la teoría X, los gerentes creen que a los empleados les disgusta de modo inherente el trabajo, por lo que deben ser dirigidos, incluso forzarlos a realizarlo. En contraste con estos puntos de vista negativos sobre la naturaleza de los seres humanos, con la teoría Y los empleados llegan a considerar el trabajo algo tan natural como el descanso o el juego, por lo que la persona promedio aprenderá a aceptar, e incluso buscar la responsabilidad.

Teoría de las Necesidades de McClelland

Robbins Stephen (2009), comenta que la teoría de las necesidades de McClelland fue desarrollada por David McClelland y sus asociados, propuso un modelo aprendido de necesidades de motivación que creía enraizado en

la cultura. Según McClelland se centra en tres necesidades como el logro, poder y afiliación:

- 1.Necesidad de logro (nLog): Impulso por sobresalir, por obtener un logro en relación con un conjunto de estándares, de luchar por el triunfo.
- 2.Necesidad de poder (nPod): Es la necesidad de hacer que otros se comporten de una manera que no lo hubieran hecho por sí mismos. Las personas que muestran un fuerte motivo de poder realizan acciones que afectan las conductas de otros y poseen un fuerte atractivo emocional. A estas personas les interesa poder brindar premios de posición social a sus seguidores.
- 3.Necesidad de afiliación (nAfi): Deseo de tener relaciones interpersonales amistosas y cercanas.

De las tres necesidades, en el año 1961 McClelland e investigadores posteriores centraron su atención en la nLog. Las personas se desenvuelven mejor cuando perciben que la probabilidad de éxito es de 0.5, es decir, cuando estiman que la posibilidad de triunfar es de 50-50. No les gusta participar en situaciones muy desfavorables porque no los satisface el éxito por casualidad. De manera similar, no les agradan aquellas muy favorables (probabilidad alta de triunfar) porque no encuentran un reto para sus habilidades. Les gusta fijar metas que les exijan esforzarse un poco.

McClelland ha estudiado mucho la motivación de logros, en particular las que se relacionan con el carácter empresarial. Su modelo de motivación de logros afirma que las personas se sienten motivadas según la intensidad de su deseo de desempeñarse en función de una norma de excelencia o de

tener éxitos en situaciones competitivas. Según McClelland casi todas las personas creen que cuentan con un motivo para el logro pero es probable que solo 10% de la población en estudio este fuertemente motivada hacia el logro. La magnitud de esta motivación depende de la infancia, las experiencias personales y laborales y el tipo de empresa donde se trabaja.

Teorías Contemporáneas de la Motivación

Las teorías previas son bien conocidas, pero desafortunadamente no soportan el estudio explícitamente; Sin embargo no todo está perdido, existe cierto número de teorías contemporáneas que tienen algo en común, un grado razonable de apoyo válido documentado, por supuesto, esto no significa que las teorías que se mencionan sean correctas de manera incuestionable. Se llaman teorías contemporáneas no porque se hayan desarrollado hace poco tiempo, sino porque representan el pensamiento actual que trata de explicar la motivación de los empleados.

Teoría de la Evaluación Cognitiva

Se denomina teoría de la evaluación cognitiva a los premios extrínsecos, como un salario por hacer un trabajo que antes tenía recompensas intrínsecas por el placer asociado con el contenido de la labor en sí, tiende a disminuir la motivación general. Según Lazarus y Folkman (1984), se han hecho muchas investigaciones sobre la teoría de la evaluación cognitiva y gran número de estudios le dan apoyo. Como se verá, las implicaciones principales de esta teoría se relacionan con la forma de pago a las personas en las empresas.

La explicación más común de la teoría señala que al agregar compensaciones externas, el individuo empieza a percibir que su conducta es controlada desde afuera, por otros (los otorgantes de la recompensa). Esto afecta negativamente su autodeterminación y resiente su motivación intrínseca. Otro par de factores suministra una idea más clara de esta relación, toda recompensa tiene dos efectos: Un efecto controlador de la conducta moldea el comportamiento en la dirección deseada por el otorgante de la recompensa, afectando así la autodeterminación del individuo y un efecto informativo sobre su competencia le comunica a la persona su nivel de habilidad para la realización de la tarea.

Si una recompensa tiene un efecto poco controlador hace que la motivación intrínseca aumente. Esto no ocurre si la recompensa tiene un alto efecto controlador (niega la autodeterminación). Por otro lado, si la información hace que el individuo se perciba como muy competente, se estimula la motivación intrínseca. Lo contrario ocurre si la información hace énfasis en las fallas y transmite una idea de baja competencia.

Históricamente según Maslow, Herzberg, McClelland suponen por lo general que los motivadores intrínsecos como un trabajo interesante, eran independientes de los extrínsecos como un salario elevado. Pero la teoría de la evaluación cognitiva sugiere algo diferente. Plantea que cuando las recompensas extrínsecas son utilizadas como pagos por las empresas a fin de obtener un desempeño mejor, disminuyen las recompensas intrínsecas, que surgen porque a los individuos les gusta su trabajo. En otras palabras, cuando se proporcionan recompensas extrínsecas a alguien para que le lleve a cabo una tarea interesante, se ocasiona una reducción en el interés intrínseco por la tarea en sí.

Teoría del Establecimiento de Metas

Edwin Locke en el año 1968, propuso que las intenciones de trabajar por una meta eran una fuente importante de la motivación para el trabajo, es decir, las metas dicen al empleado lo que debe hacerse y cuanto esfuerzo necesita dedicar. Las evidencias dan mucho apoyo al valor que tiene el establecimiento de metas. Es posible afirmar que las metas específicas incrementan el desempeño, que las metas difíciles cuando se aceptan, dan como resultado un desempeño más alto que las metas fáciles y que la retroalimentación genera un desempeño mejor que la ausencia de ella.

Si factores como la aceptación de las metas permanecen constantes, también se puede afirmar que entre más difícil sea la meta más elevado será el nivel de desempeño. Es lógico suponer que entre más fáciles sean, más probable será que se acepten, pero una vez que acepta una tarea difícil es de esperar que el empleado desarrolle un esfuerzo más intenso para tratar de conseguirla.

Las metas específicas y difíciles despiertan deseos de alcanzarla y orientan la conducta en un determinado sentido donde estimula la persistencia a lo largo del tiempo hasta que se logra la meta. Además, tiene que haber retroalimentación, es decir, el individuo debe tener la posibilidad de conocer sus progresos en su camino a la meta; pero no basta con metas específicas y desafiantes con la posibilidad de retroalimentación. La influencia de esas metas sobre el desempeño, esta moderado por otros factores: El compromiso con la meta, la eficacia personal, el tipo de tareas y la cultura nacional.

La Teoría del establecimiento de metas destaca el papel motivador de las metas específicas en el comportamiento del individuo. Un trabajador con metas claras tendrá un mejor desempeño que otro que no las tenga o cuyas metas sean difusas, para que las metas sean incentivos de la motivación deben tener cierto grado de dificultad, deben ser específicas y señalar claramente qué es lo que se desea lograr.

Teoría de la Eficacia Personal

Timothy Judge (2009), señala que esta teoría surge de cada uno de los procesos de enjuiciamiento cuando la valoración ha sido positiva, sirve para mantener la conducta especialmente cuando cesan las recompensas externas. Estos procesos tienen un alto carácter motivacional que completa el conjunto de técnicas motivacionales. Los abundantes trabajos de Bandura (1986) representan un importante punto de referencia dentro del acercamiento social cognitivo; Desde una posición inicial crítica hacia el conductismo Bandura fue sentando las bases de los procesos de aprendizaje, poniendo especialmente de relieve el moldeado.

Albert Bandura, afirma que hay cuatro maneras de aumentar las bases de los procesos de aprendizaje:

- A) Dominio de aprobación: Consiste en obtener experiencia relevante en la tarea o trabajo. Si en el pasado he sido capaz de realizar con éxito el trabajo, entonces tengo más confianza en que lo podré hacer en el futuro.

- B) Modelado Indirecto: Consiste en tener más confianza debido a que se observa a alguien hacer la tarea. El modelado indirecto, es más eficaz cuando usted se percibe como similar a la persona que observa.

- C) Persuasión verbal: Se refiere a lograr más confianza, debido a que alguien lo convence de que tienen las aptitudes necesarias para triunfar. Los oradores motivacionales utilizan mucho esta táctica.

- D) Sacudida: Lleva a un estado de energía que hace que la persona realice la tarea, la persona se mentaliza y lo hace mejor. Pero cuando la sacudida no es relevante, entonces perjudica al desempeño.

De acuerdo con Bandura en el año 1986, la fuente más importante de mejora de la eficacia personal es lo que él llama dominio de aprobación, que consiste en obtener experiencia relevante en la tarea o trabajo. Si en el pasado ha sido capaz de realizar con éxito el trabajo, entonces tengo más confianza en que lo podré hacer en el futuro.

La idea que cada persona tiene sobre su eficacia, constituye un aspecto central dentro de esta teoría; Es la percepción que tenemos de nosotros mismos con respecto a nuestras capacidades para alcanzar objetivos propuestos, la autoeficacia no se refiere a los recursos que dispone sino a la opinión que cada uno posee sobre lo que puede hacer con ellos.

Teoría del Reforzamiento

Robbins (2009), la contraparte a la teoría del establecimiento de metas es la teoría del reforzamiento. Según Skinner, la primera es un enfoque

cognitivo que propone que son los propósitos de un individuo los que dirigen sus acciones. La teoría del reforzamiento plantea que este condiciona al comportamiento, es decir, se trata de un enfoque conductista. Está claro que las dos teorías están en los extremos filosóficos, los teóricos del reforzamiento ven al comportamiento como algo causado por el entorno, afirman que no se necesita considerar los eventos cognitivos internos; Lo que controla al comportamiento son los reforzamientos, cualquier consecuencia que siga de inmediato a una respuesta, incrementa la probabilidad de que el comportamiento se repita.

La teoría del reforzamiento ignora el estado interior del individuo y solo se concentra en lo que le pasa a la persona cuando ejecuta cierta acción, como no considera aquello que desencadena el comportamiento, no se trata en estricto sentido de una teoría de la motivación, pero brinda medios potentes para analizar lo que controla al comportamiento, y por ésta razón es común que se incluya en los estudios sobre motivación.

La teoría del reforzamiento ignora los sentimientos, actitudes, expectativas y otras variables cognitivas que se sabe tienen algún efecto en el comportamiento, esta teoría afirma que un individuo solo necesita entender la relación entre las conductas y sus consecuencias para poder crear condiciones de trabajo que alienten las conductas deseables y desalienten las indeseables, el comportamiento se aprende mediante su consecuencia positiva o negativa. Un reforzador o refuerzo es todo ese estímulo que hace que la conducta que lo ha provocado aumente, una de las distinciones que se hace en cuanto a refuerzos es el de refuerzo positivo o refuerzo negativo.

Dentro de esta teoría existen distintos tipos de reforzamiento, entre ellos se tenemos:

- Reforzamiento positivo: Un refuerzo positivo es ese reforzador que aumenta nuestra conducta porque al hacer esta conducta recibimos algo que nos gusta, por medio de elogios a las mejoras y conductas que se desea alentar. Es un refuerzo positivo dar un caramelo a un niño por haber concluido sus obligaciones; la conducta de hacer sus obligaciones aumenta porque el niño recibe algo que le agrada (un caramelo). El reforzador positivo es aquello que va a ayudar a que la conducta se mantenga.

- Reforzamiento Negativo o evitación: Se conoce como un establecimiento de metas que el empleado busca cumplir para evitar un regaño. Un refuerzo negativo es ese reforzador que aumenta nuestra conducta porque al hacer esta conducta nos quitan algo que no nos gusta o que queremos evitar. Un niño acabará de comerse la sopa (conducta) con la promesa de que no tendrá que comerse el pescado que tanto le disgusta (la retirada del pescado como refuerzo negativo).

- Extinción: Se elimina el reforzamiento positivo, es decir, el empleado pierde un beneficio y elogio por buen resultado o conducta.

- Castigo: el comportamiento indeseado genera una consecuencia como acción disciplinaria advertencia formal al empleado, multa o despido.

Es importante no confundir los términos de positivo o negativo en el sentido de bueno o malo; se habla de refuerzo positivo siempre que se recibe algo por la conducta, y se habla de refuerzo negativo siempre que se elimine un estímulo aversivo para aumentar la frecuencia de la conducta.

Teoría de la Equidad

Gareth Jones y Jennifer George (2006), señalan que la teoría de la equidad, es una teoría creada por John Stacey Adams en 1963, en la que intenta explicar la satisfacción relacionada en términos de percepciones de tarifas/distribuciones injustas de recursos, dentro de las relaciones interpersonales. Considerada una de las teorías de la justicia, Adams afirmó que los empleados buscan mantener la equidad entre los insumos que traen a un puesto de trabajo y los resultados que reciben de ella contra las entradas percibidas y los resultados de los demás.

La creencia, es el trato justo del valor de las personas lo que les provoca motivación para mantener la imparcialidad que se mantiene dentro de las relaciones de la organización y con sus compañeros de trabajo. La estructura de la equidad en el lugar de trabajo está basada en la proporción de insumos a los resultados, que son las contribuciones hechas por el empleado de la organización.

La investigación se centra en el estudio de situaciones de pago excesivo o de pago insuficiente del trabajo realizado en comparación con el pago ofrecido a otros. Si es una situación de pago, excesivo el individuo puede aumentar la cantidad de trabajo o la calidad del trabajo realizado; Predicciones apoyadas por algunos trabajos, sin embargo, la teoría de la equidad tiene más fuerza cuando predice los efectos de una compensación

menor a la esperada, en comparación con la recibida por otros. Cuando el trabajador recibe poco a cambio de su trabajo, puede restablecer la equidad produciendo menos o reduciendo de cualquier manera sus contribuciones o aportes. Puede dejar el empleo y buscar otro más equitativo, consecuencias que son las que suelen encontrarse con mayor frecuencia.

Adams hizo hincapié que es importante determinar que la motivación es relativa, no absoluta. La teoría de la equidad lidia con las percepciones de uno y no un indicador objetivo. "Una teoría de la motivación que se centra en la percepción de la imparcialidad de los resultados de trabajo en relación con el rendimiento del trabajo de la gente". La teoría de la equidad se centra en las relaciones que se perciben de una persona entre los resultados, que reciben de su organización y las entradas que se aportan, mantiene un enfoque relativista y que la perspectiva de cada individuo puede ser diferente.

Se descubre lo que se obtiene de un trabajo (resultados) en relación con lo que se aporta (insumos), y después se compara la razón insumo-producto con la de otros que se importan. Si se percibe que la razón es igual a la de aquellos con quienes se compara y que se ve como relevante, se dice que existe un estado de equidad.

Se percibe la situación como justa: Prevalece la justicia, cuando se ve la razón como desigual se experimenta estrés por la equidad. Si se percibe que la compensación es inferior, el estrés produce enojo; cuando es superior, genera culpa. La referencia que seleccione un empleado agrega complejidad a la teoría de la equidad. Hay cuatro comparaciones de referencia que es posible utilizar:

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

Las investigaciones como la de John Stacey Adams (1963) muestran que tanto hombres como mujeres prefieren compararse con otros del mismo sexo, y también que es común que se les pague menos a las mujeres que a los hombres en perfiles similares y que ellas tengan menos expectativas de salario y por el mismo trabajo. Por ello, una mujer que utilice a otra como referencia, tiende a calcular un estándar menor de comparación. Según Stacey Adams, esto lleva a concluir que los empleados en puestos en los que no hay segregación por género se compararán más con el sexo opuesto que quienes ocupan puesto dominados por hombres o mujeres.

Para realizar esta investigación se abordaron las teorías antes descritas con la finalidad de dar respuesta a los objetivos planteados en el capítulo I del presente trabajo. Es importante mencionar que la motivación de los trabajadores en las organizaciones, no se vea afectada por diversos factores que inciden en la actitud. Para evaluar estos factores, se toma como referente la teoría de Frederick Herzberg, quien establece que la motivación de las personas depende de dos factores; Higiénicos, que son las

condiciones que rodean al individuo cuando trabaja, implica las condiciones físicas y ambientales de trabajo, salario, beneficios sociales, políticas de la empresa, tipo de supervisión recibida, reglamentos internos, clima de las relaciones entre la dirección y empleados; Y los factores motivacionales que tienen que ver con las tareas y deberes relacionados con el cargo en sí, produce un efecto de satisfacción duradera y un aumento de la productividad muy por encima de los niveles normales, encierra sentimientos de realización, crecimiento y de reconocimiento profesional.

Estas bases teóricas también serán de gran utilidad para elaborar las recomendaciones y conclusiones del presente trabajo de investigación, con la finalidad de obtener la solución a la problemática planteada en el objetivo general.

Definición de Términos Básicos

Actitud: Forma de motivación social que predispone la acción de un individuo hacia determinados objetivos o metas. Existen actitudes personales relacionadas únicamente con el individuo y actitudes sociales que inciden sobre un grupo de personas.

Conducta: Modo de ser del individuo y conjunto de acciones que lleva a cabo para adaptarse a su entorno. La conducta es la respuesta a una motivación en la que están involucrados componentes psicológicos, fisiológicos y de motricidad. La conducta de un individuo, considerada en un espacio y tiempo determinados, se denomina 'comportamiento'.

Expectativas: Esperanza de obtener algo; Posibilidad fundada de que ocurra algo; Ideas referidas al futuro, construcciones significativas en función de las experiencias que se esperan vivir.

Incentivo: Estímulo que mueve o incita a hacer o desear una cosa.

Inconsciente: Región hipotética de la mente que contiene los deseos, recuerdos, temores, sentimientos, e ideas cuya expresión queda reprimida en el plano de la conciencia. Se manifiestan a través de su influencia sobre los procesos conscientes y, de manera más notable, por medio de fenómenos anómalos como sueños o síntomas neuróticos.

Motivación: Fuerza que actúa sobre un empleado que dirigen su conducta.

Motivación Extrínseca: Es el deseo por realizar una conducta para obtener una recompensa o para evitar el castigo.

Motivación Intrínseca: Es aquella que da el deseo por realizar una conducta que se origina en el interior del individuo.

Necesidades: Son el estado de carencia del individuo, que lo induce a satisfacerlas en dependencia de las condiciones de su existencia.

Organización: Sistemas de personas, recursos y tecnología que son utilizados de tal forma de llevar a cabo un propósito.

Salario: Es el pago que recibe de forma periódica un trabajador de mano de su patrón a cambio del trabajo para el que fue contratado. El empleado recibe un salario a cambio de poner su trabajo a disposición del jefe, siendo éstas las obligaciones principales de su relación contractual.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

En este contexto, se conoce que el fundamento de toda investigación es el marco metodológico como acción de descripción y análisis, por medio del cual se logra un procedimiento claro y estratégico de métodos que incluye las técnicas de observación de datos, determinando la forma en que se realiza el estudio, es decir; la naturaleza de la investigación, la estrategia metodológica, las técnicas e instrumentos de recolección de información y la población y muestra.

Naturaleza de la Investigación

Conforme al problema y los objetivos planteados en esta investigación se logró determinar que el tipo de investigación según el grado de su profundidad es descriptiva, tomando como premisa que los estudios descriptivos permiten especificar las características más importantes, en este caso de los trabajadores en donde existen más de una variable dentro de una población ya definida.

Se considera que la investigación abordada es de campo tipo documental, ya que está basada en una serie de teorías y que permite recopilar la información necesaria en una empresa del tramo industrial del sector plástico ubicada en la Zona Industrial El Recreo del Estado Carabobo y saber así las fuentes que generan el problema de estudio.

Estrategia Metodológica

Para iniciar esta investigación fue necesario plantear una posible problemática convirtiéndose en el objeto de estudio, en este caso evaluar los factores motivacionales que inciden en la actitud de los trabajadores de la empresa del sector plástico ubicada en la Zona Industrial El Recreo del Estado Carabobo, de esta problemática surgieron varias interrogantes que nos llevan a unos objetivos, tanto el general como los específicos, con el fin de evidenciar los aspectos que requieran mejora. El Cuadro Técnico Metodológico no es más que la operacionalización de los objetivos específicos, busca descomponer los objetivos o las hipótesis de la investigación en unidades de contenido más precisas; en el cual, busca agrupar de manera resumida los aspectos relevantes de la investigación.

En cualquier investigación es de gran importancia tener referentes bibliográficos que aporten la información necesaria para sustentar todas las teorías que se reflejen, por otra parte es pertinente mencionar que las fuentes investigadas están estrechamente vinculadas al objeto de estudio. Como estrategia metodológica se utilizó el Cuadro Técnico Metodológico; el cual ocupa los aspectos, condiciones y elementos que permite desglosar los objetivos específicos base de la investigación con el propósito de recaudar la información necesaria para obtener los resultados.

A continuación se presenta el Cuadro Técnico Metodológico de los objetivos específicos; Analizar los factores motivacionales presentes en la empresa del sector plástico ubicada en la Zona Industrial El Recreo del Estado Carabobo; Determinar la actitud de los trabajadores frente a los programas motivacionales de la organización. (Ver cuadro N° 1)

CUADRO 1. TÉCNICO METODOLÓGICO

Objetivo General: Evaluar los factores motivacionales que inciden en la actitud de los trabajadores de la empresa del sector plástico ubicada en la Zona Industrial de Valencia Edo. Carabobo evidenciando los aspectos que requieran mejora.						
Objetivo Específico	Dimensión o Factor	Definición	Indicadores	Ítem	Fuentes	Técnicas e Instrumento
Analizar los factores motivacionales presentes en la empresa del sector plástico ubicada en la zona industrial de Valencia Edo. Carabobo.	Factores motivacionales presentes en la empresa del sector plástico ubicada en la zona industrial de Valencia Edo. Carabobo.	Conjunto de fuerzas que actúan sobre un empleado de forma positiva que logran dirigir su conducta al desempeño y el bienestar.	<p>1-Adiestramiento y desarrollo</p> <p>2- Compensación</p> <p>3- Reconocimiento</p>	<p>1.1 Charlas e inducciones</p> <p>1.2 Cursos de capacitación.</p> <p>1.3 Oportunidad de ascenso de puesto de trabajo</p> <p>1.4 Promoción de empleados antes de reclutar en el mercado.</p> <p>2.1 Beneficios salariales que contribuyen en la motivación del personal.</p> <p>2.2 Reconocimiento a la labor por medio de incentivos con carácter salarial</p> <p>3.1 Reconocimiento público a trabajadores destacados.</p> <p>3.2 Reconocimientos simbólicos: Placas, diplomas, botones, otros.</p> <p>3.3 Estimulo positivo del supervisor referente al desempeño.</p> <p>3.4 Reconocimiento a los aportes</p>	Área de Recursos Humanos	Entrevista Estructurada

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015)

CUADRO 1. TÉCNICO METODOLÓGICO (Cont.)

Objetivo General: Evaluar los factores motivacionales que inciden en la actitud de los trabajadores de la empresa del sector plástico ubicada en la zona industrial de Valencia Edo. Carabobo evidenciando los aspectos que requieran mejora.						
Objetivo Especifico	Dimensión o Factor	Definición	Indicadores	Ítem	Fuentes	Técnicas e Instrumento
Analizar los factores motivacionales presentes en la empresa del sector plástico ubicada en la zona industrial de Valencia Edo. Carabobo.	Factores motivacionales presentes en la empresa del sector plástico ubicada en la zona industrial de Valencia Edo. Carabobo.	Conjunto de fuerzas que actúan sobre un empleado de forma positiva que logran dirigir su conducta al desempeño y el bienestar.	4- Recreación	que se realizan a las actividades del cargo. 4.1 Programas de recreación para el trabajador. 4.2 Actividades recreativas o sociales en familia. 4.3 Actividades deportivas y culturales.	Área de Recursos Humanos	Entrevista Estructurada

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015)

CUADRO 1. TÉCNICO METODOLÓGICO (Cont.)

Objetivo General: Evaluar los factores motivacionales que inciden en la actitud de los trabajadores de la empresa del sector plástico ubicada en la zona industrial de Valencia Edo. Carabobo evidenciando los aspectos que requieran mejora.						
Objetivo Especifico	Dimensión o Factor	Definición	Indicadores	Ítem	Fuentes	Técnicas e Instrumento
Determinar la actitud de los trabajadores frente a los programas motivacionales de la organización.	Actitud de los trabajadores frente a los programas motivacionales de la organización.	Forma de motivación social que predispone la acción de un individuo hacia determinados objetivos o metas	3- Participación	3.1 Participación de los trabajadores en las actividades de recreación e integración organizadas por la empresa. 3.2 Gusto en participar en otros eventos de motivación. 3.3 Promoción por parte de los trabajadores a la Participación de los familiares en las actividades que organiza la empresa. 3.4 Interés en participar en las actividades recreativas de la empresa. 3.5 Encuesta a los trabajadores sobre las actividades recreativas que le gustaría participar. 3.6 Opinión de los trabajadores para la planificación de los programas motivacionales.	Trabajadores de la empresa.	Encuesta. (Cuestionario).

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015)

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

A lo largo de la presente investigación se incorporaron instrumentos y técnicas que permitieron la recolección de información; es decir, el conjunto de estrategias que se emplearon para acercarse a la realidad objeto de estudio. Esto permitió cumplir con los requisitos establecidos en toda investigación científica, en relación a las etapas del proceso investigativo: El momento teórico y el momento metodológico. Una vez detallada aquella población que suministra la información objeto de análisis, se hace imprescindible establecer las técnicas de recolección de los datos necesarios para la presente investigación. En este caso se aplicó una encuesta que permitió dar respuesta a los objetivos, este instrumento consta de treinta (30) afirmaciones, se utilizó una escala de Likert con cinco (5) diferentes alternativas de respuesta (totalmente de acuerdo, de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo) y los ítems fueron elaborados de acuerdo a la tabla de especificaciones que se derivó del Cuadro Técnico Metodológico. (Anexo A).

La metodología para estimación de los ítems de la escala lo cual corresponde a las siguientes fórmulas:

$$PTI = N^{\circ} \text{ de Sujetos} \times 1 \text{ Ítems} \times 5$$

$$PTR = \Sigma \text{ de Respuestas dadas por todos los sujetos en 1 Ítem}$$

$$I\text{Idea} = \frac{PTR}{N^{\circ} \text{ de Sujetos}} \times 10$$

$$I_{\text{Real}} = \frac{\text{PTR}}{\text{N}^\circ \text{ de Sujetos}} \times 100$$

$$\text{Valor Real} = \frac{\text{Índice Real}}{\text{Índice Ideal}} \times 100\%$$

Ya realizados los cálculos para cada ítem, el Valor Real obtenido, se ubica dentro de la Escala de valoración, la cual refleja la tendencia para el ítem. La escala de valoración, consta de intervalos, los cuales representan las cuatro (4) diferentes tendencias.

Para la construcción de la escala se distribuyó un 100% entre las opciones de respuesta, dando como resultado para cada nivel de la escala un 25%, teniendo como valor mínimo de la misma un 0% y un valor máximo 100%. Para determinar el rango de los niveles de las actitudes se sustrae el límite superior (100%) el límite inferior (0%), dando como resultado un 100%, dicho resultado se dividió entre los 4 niveles, dando como resultado un intervalo de 25%; El cual se distribuye de manera progresiva a partir del límite inferior.

R = rango: $V_{\text{max}} = \text{valor máximo (100\%)}$

$V_{\text{min}} = \text{valor mínimo (20\%)}$

$$R = V_{\text{max}} - V_{\text{min}}$$

$$R = 100 - 0$$

$$R = 100$$

I = Intervalo: I= Rango/Tendencias

I = 100/4

I = 25

0-25% Altamente Negativo

25,01-50% Negativo

50,01-75% Positivo

75,01-100% Altamente positivo

A los efectos de la presente investigación se utilizaron varios modelos para la recopilación de la información entre las cuales se destacan la revisión documental; Donde se ubicaron antecedentes relacionados con la investigación, mediante consultas a trabajos de grados realizados en el tema de factores motivacionales, donde se han plasmado información por autores que realizaron investigaciones previas a la presente, se revisaron y tomaron citas, teorías y disposiciones provenientes de textos de especialistas en el área los cuales sirvieron de fundamento para esta investigación.

Las técnicas relacionadas con el análisis documental de las fuentes bibliográficas utilizadas en la presente investigación, que facilitan la redacción del trabajo escrito fueron: La observación documental, guión de entrevista, presentación resumida de un texto y resumen analítico.

En la investigación se utilizará la técnica de entrevista, seleccionando las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación para obtener opiniones, las cuales serán analizadas. Utilizando

esta técnica se espera recopilar los datos puntuales que son de interés, cabe destacar que el instrumento a aplicar en esta investigación es el cuestionario.

Validez y Confiabilidad de los Instrumentos

Como todo método científico, la validez y confiabilidad es cualidad indispensable en todo instrumento de recolección de datos. Delgado, Colombo y Rosmel (2002) citan a Pérez (1998:71) en donde, “si el instrumento o instrumentos reúnen estos requisitos habrá cierta garantía de los resultados obtenidos en un determinado estudio y, por lo tanto, las conclusiones pueden ser creíbles y merecedoras de una mayor confianza.”

La validez de contenido: Está representada por el grado en que una prueba representa el universo de estudio. Por tal motivo, deberán seleccionarse los indicadores e ítems de tal manera que estos respondan a las características peculiares del objeto de estudio.

En el caso de este trabajo de investigación, el método que se utilizó para estimar la validez de contenido fue el de juicios de expertos, en el cual se seleccionaron dos profesores conocedores de la temática estudiada y un profesor experto en el área de Estadística, a fin de que lo leyeran, evaluaran y corrigieran la adecuación del mismo con cada uno de los objetivos de la investigación. (Ver Anexo B)

La confiabilidad representa el nivel de exactitud y consistencia de los resultados obtenidos al aplicar el instrumento por segunda vez en condiciones tan parecida como sea posible. También el Coeficiente de Alfa

de Cronbach permite determinar la confiabilidad; utilizando la siguiente formula:

$$\text{ALPHA} = \frac{N}{N-1} * \frac{1-St}{S}$$

N = 30 Número de ítems

N -1 = 29 Número de ítems -1 grado de libertad

St = 502,7056 Sumatoria de varianzas (ítems)

S = 48,8972 Varianza

$$\text{ALPHA} = \frac{30}{29} * \frac{502,7056}{48,8972}$$

$$\text{ALPHA} = 0,9339$$

El resultado de 0,9339 para el Coeficiente de Alpha de Cronbach indica que el instrumento tuvo una capacidad de muy alto grado de confiabilidad, es decir, la información recolectada tiene una posibilidad muy alta de ser congruente y confiable. (Ver Anexo D)

Población y Muestra

En esta parte de la investigación se va a determinar y definir lo que es la población y muestra del proceso investigativo, lo que es lo mismo, la delimitación de la unidad de estudio. La población se conoce como el conjunto para el cual serán válidas las conclusiones que se obtengan, a los elementos o unidades (personas, Instituciones) que se van a estudiar; Es por ello que para la presente investigación, la población la constituirán la totalidad de trabajadores que actualmente laboran en la empresa del sector plástico ubicada en la Zona Industrial El Recreo del Estado Carabobo, las

cuales, son una cantidad delimitada a sesenta y cinco (65) trabajadores incluidos en el objeto en estudio, donde sus opiniones serán de gran importancia para la investigación. De esta población, los trabajadores se encuentran clasificados por áreas de trabajo y tipo de nómina (Ver Cuadro 2).

La tabulación de datos se llevó a cabo en una hoja de cálculo Excel en versión 97-2003 donde se vació las respuestas de las preguntas formuladas en el instrumento de recolección de datos, horizontalmente se vaciaron los ítems de la encuesta, y verticalmente se vaciaron los sujetos encuestados. Al tener los resultados de la tabulación, se procedió a calcular los valores absolutos y relativos para describir y analizar cada ítem con la finalidad de dar respuesta a los objetivos planteados a través de porcentajes.

(Cuadro N° 2)
Total de Empleados

Área	Personal Femenino	Personal Masculino	Total N° de trabajadores
Nomina Diaria Semanal			
Gestión Humana	2	2	4
Mantenimiento		1	1
Extrusión		10	10
Impresión		7	7
Corte y Sellado	2	4	6
Almacén y Despacho		2	2
			30
Nomina Empleados Mensual			
Ventas	1		1
Administración	4		4
Gestión Humana	5	4	9
Compras	1		1
Mantenimiento		3	3
Operaciones	1	3	4
Almacén y Despacho		2	2
Aseguramiento de la Calidad	1		1

			25
Nomina Confidencial Mensual			
Junta Directiva		1	1
Gerencia General		1	1
Contraloría	1	1	2
Mercadeo y Venta	1		1
Administración	1		1
Gestión Humana	1		1
Compras	1		1
Mantenimiento y Sistema		1	1
Mantenimiento		1	
Operaciones	1		1
			10
TOTAL TRABAJADORES			65

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015)

La muestra es una parte de la población, o sea, un número de individuos u objetos seleccionados científicamente, cada uno de los cuales es un elemento del universo. La muestra es obtenida con el fin de investigar, a partir del conocimiento de sus características particulares, las propiedades de una población.

Para efectos de esta investigación la muestra seleccionada, se considera relativa al 50 por ciento de la población total que es de 65 trabajadores; que nos da un total de 32 trabajadores, a los cuales se les aplicó el instrumento de recolección de datos, esta muestra fue seleccionada al azar con el objetivo de utilizar el mismo criterio o convención de ser elegidos y en busca de una muestra representativa y homogénea.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En este capítulo se dan a conocer los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos en relación con lo especificado en la metodología del trabajo. Se consideraron los aspectos más relevantes vinculados a los objetivos específicos y a los resultados que persigue la elaboración de esta investigación: Analizar los factores motivacionales presentes en la empresa, Determinar la actitud de los trabajadores frente a los programas motivacionales, presentes en una empresa del sector plástico ubicada en la Zona Industrial El Recreo del Edo. Carabobo.

Con respecto a la aplicación de la encuesta realizada a los trabajadores acerca de los distintos factores motivacionales que inciden en las actitudes, se presenta para cada pregunta aplicada al personal, el cuadro de frecuencias con los valores absolutos y relativos obtenidos, la gráfica que representa visualmente los resultados y su respectivo análisis para vincularlo con la investigación documental previamente realizada en el segundo capítulo del estudio.

Ítem 1. Conozco que están por escrito los programas motivacionales que se dictan en la organización.

Tabla 1. Resultados referentes a los programas motivacionales.

Escala de Estimación	Valores absolutos	Valores relativos
Totalmente de acuerdo	3	9%
De acuerdo	4	13%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	19%
En desacuerdo	11	34%
Totalmente en desacuerdo	8	25%
Cantidad de respuestas	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

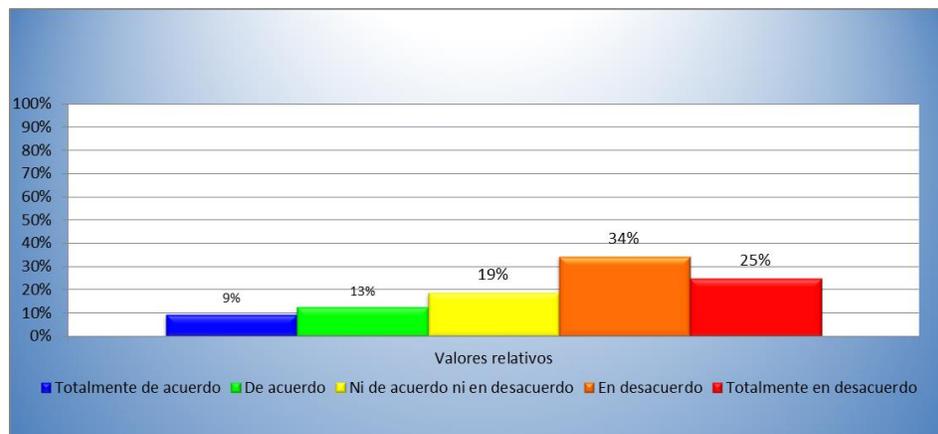


Gráfico 1. Programas motivacionales.

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

Análisis: Mediante la opinión de los consultados se puede deducir que en la empresa objeto de estudio los trabajadores no conocen que están por escrito los programas motivacionales. En este sentido, 34 por ciento de las personas encuestadas manifestó estar en desacuerdo y 25 por ciento totalmente en desacuerdo; sin embargo, 13 por ciento estuvo de acuerdo y solamente 9 por ciento estuvo totalmente de acuerdo, mientras 19 por ciento no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Con respecto a los resultados, se demuestra que el nivel de conocimiento que poseen los trabajadores de la empresa acerca de si están por escrito los programas motivacionales es bajo, para darle la formalidad e importancia que poseen estos programas se deben dar a conocer a todo el personal que labora en la empresa, empezar por comunicar la existencia y el propósito del programa, además resaltar que los mismos se encuentran establecidos por escrito y que reposan en archivos en el departamento de RRHH.

Ítem 2. He recibido charlas, Inducciones con respecto al contenido de los programas de motivación.

Tabla 2. Resultados referentes a charlas de los programas de motivación impartidos por la empresa.

Escala de Estimación	Valores absolutos	Valores relativos
Totalmente de acuerdo	2	6%
De acuerdo	6	19%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	28%
En desacuerdo	7	22%
Totalmente en desacuerdo	8	25%
Cantidad de respuestas	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

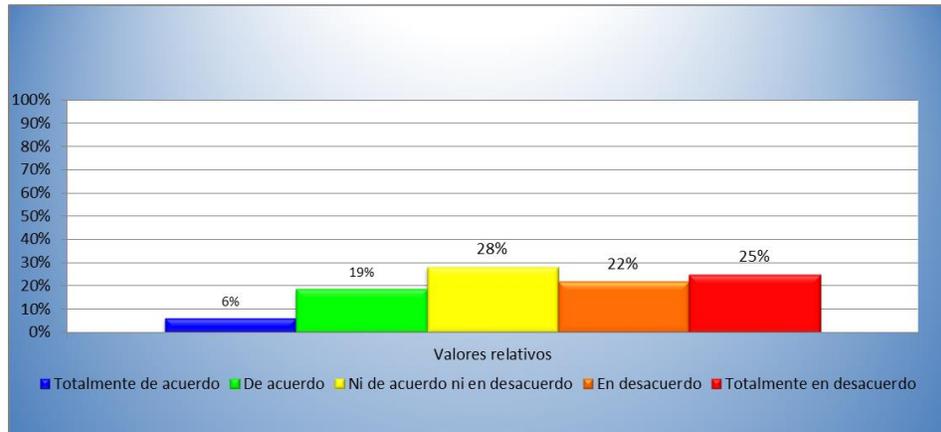


Gráfico 2. Charlas de los programas de motivación
Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

Análisis: A partir de las percepciones de los trabajadores incluidos en la muestra, se puede deducir que la mayoría del personal no mantiene una posición fija de si ha recibido charlas e inducciones por parte de la organización sobre el contenido de los programas motivacionales. Dado que 28 por ciento de las personas encuestadas manifestó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo mientras el 25 por ciento totalmente en desacuerdo y el 22 por ciento en desacuerdo; sin embargo, un 19 por ciento estuvo de acuerdo y 6 por ciento estuvo totalmente de acuerdo, lo que indica que no se ha masificado la información a la totalidad del personal, la empresa debe tener en cuenta que es de suma importancia las charlas e inducciones que se le deben dar a los trabajadores, en este caso informar de cada una de las actividades que conforman los programas motivacionales, los trabajadores deben dominar y comprender el objetivo de los programas motivacionales.

Ítem 3. Considero que la empresa informa oportunamente a los trabajadores de los programas motivacionales.

Tabla 3. Resultados referentes a información oportuna sobre los programas motivacionales.

Escala de Estimación	Valores absolutos	Valores relativos
Totalmente de acuerdo	5	16%
De acuerdo	7	22%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	25%
En desacuerdo	4	13%
Totalmente en desacuerdo	8	25%
Cantidad de respuestas	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

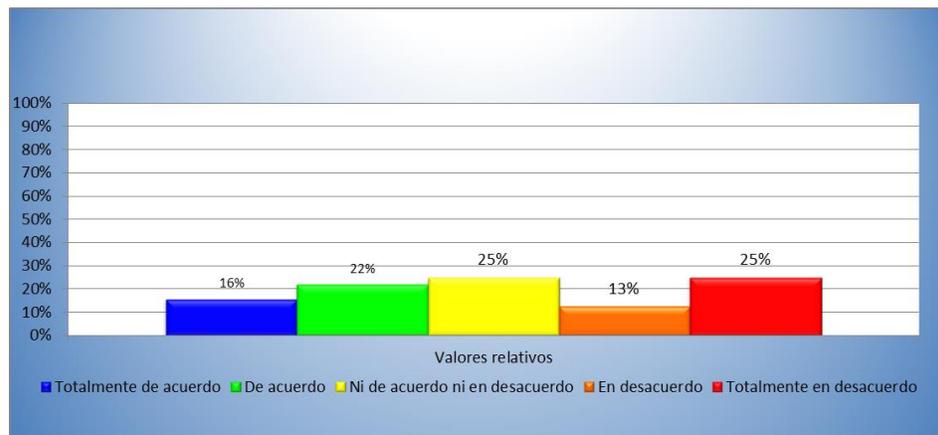


Gráfico 3. Información sobre los programas motivacionales.

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

Análisis: Mediante los puntos de vista de los trabajadores consultados, se puede concluir que existen posiciones encontradas respecto a si reciben información oportuna sobre los programas motivacionales, pues por una parte, 25 por ciento de los encuestados estuvo totalmente en desacuerdo y 13 por ciento en desacuerdo, aunque 22 por ciento estuvo de acuerdo y 16

por ciento totalmente de acuerdo, mientras 25 por ciento no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, lo que evidencia que la empresa debe planificar las actividades a desarrollar y las mismas ser comunicadas al personal con antelación para que los trabajadores puedan participar. Es recomendable difundir la información clara y precisa mediante carteleras, pantallas, habladores, volantes, trípticos, correos electrónicos, reuniones, entre otros.

Ítem 4. Participo en las actividades de recreación e integración organizadas por la empresa.

Tabla 4. Resultados referentes a la participación en las actividades de recreación e integración.

Escala de Estimación	Valores absolutos	Valores relativos
Totalmente de acuerdo	7	22%
De acuerdo	11	34%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	6%
En desacuerdo	2	6%
Totalmente en desacuerdo	10	31%
Cantidad de respuestas	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

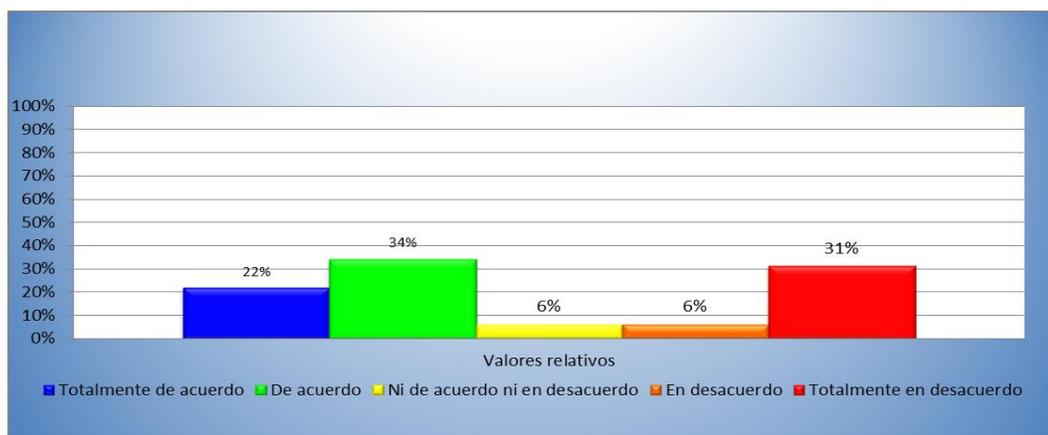


Gráfico 4. Participación en actividades de recreación e integración.

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

Análisis: Mediante la opinión de los consultados se puede concluir que la leve mayoría de los trabajadores participa en las actividades de recreación e integración organizadas por la empresa. En este sentido, 34 por ciento de las personas encuestadas manifestó estar de acuerdo y 22 por ciento totalmente de acuerdo; sin embargo, 31 por ciento estuvo totalmente en desacuerdo, 6 por ciento estuvo en desacuerdo, mientras 6 por ciento no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo.

A pesar que los resultados son satisfactorios para la empresa no es menos cierto que existe un número de personas importantes que no están participando en las actividades de recreación, de esta manera, es necesario analizar la situación, ya que la recreación es una actividad que va en beneficio de la salud personal del individuo, así como de su entorno laboral y mejora su calidad de vida, en este sentido, la empresa debe establecer nuevas propuestas de actividades a realizar, al igual de crear estrategias de información e invitaciones para obtener la mayor asistencia de los trabajadores en las actividades de integración y recreativas que organiza.

Ítem 5. Le gustaría participar en otros eventos de motivación presentados por la empresa.

Tabla 5. Resultados referentes participar en otros eventos de motivación.

Escala de Estimación	Valores absolutos	Valores relativos
Totalmente de acuerdo	20	63%
De acuerdo	12	38%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Cantidad de respuestas	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015)

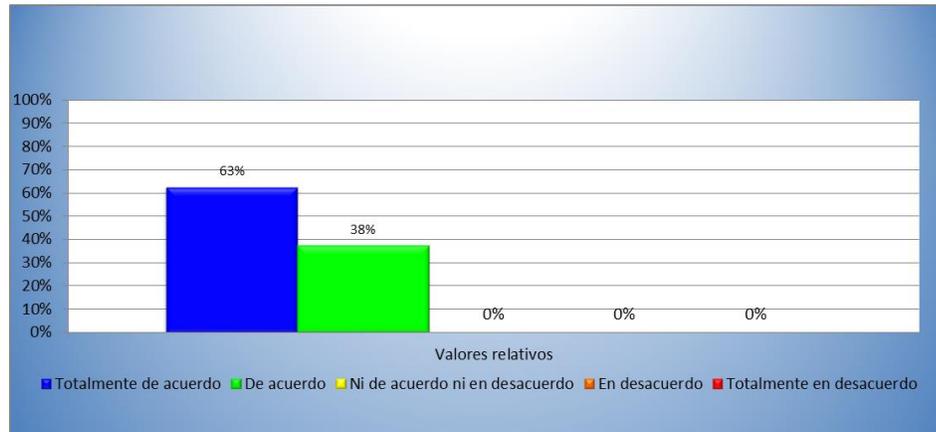


Gráfico 5. Participación en otros eventos de motivación.
Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

Análisis: En los resultados obtenidos se aprecia un consenso notable entre la mayoría de los consultados con lo que se puede concluir que a todos los trabajadores les gustaría participar en otros eventos de motivación que actualmente no están establecidos en los programas de la empresa. En este sentido, 63 por ciento de las personas encuestadas manifestó estar totalmente de acuerdo y 38 por ciento de acuerdo, lo que indica que la empresa debe evaluar los programas motivacionales que tienen actualmente y así incluir nuevas actividades para que todos los trabajadores participen.

Ítem 6. Me intereso en conocer las fechas de las charlas, reuniones de los programas de motivación.

Tabla 6. Resultados referentes en conocer fechas de programas de motivación

Escala de Estimación	Valores absolutos	Valores relativos
Totalmente de acuerdo	6	19%
De acuerdo	18	56%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	25%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Cantidad de respuestas	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

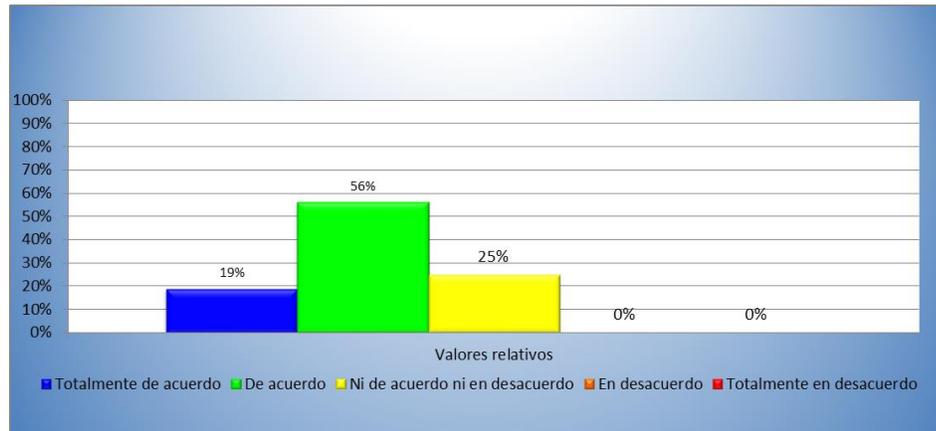


Gráfico 6. Interés en las fechas de los programas de motivación.
Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

Análisis: En relación a este ítem, se puede concluir que la mayoría de los consultados consideran tener interés en conocer las fechas de los programas de motivación. Al respecto, 56 por ciento estuvo de acuerdo y 19 por ciento totalmente de acuerdo, mientras un 25 por ciento no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo. Es importante destacar que para cualquier organización resulta favorable este indicador ya que el interés es un aspecto significativo en la actitud del individuo, al personal se le debe dar a conocer la planificación a ejecutar durante el año, trimestre o mes, donde se informe al detalle las fechas y la frecuencia con que se realizan las actividades que forman parte del programa de motivación.

Ítem 7. Promuevo la participación de mis familiares en las actividades que organiza la empresa para ellos.

Tabla 7. Resultados referentes a promover la participación de los familiares en las actividades de la empresa.

Escala de Estimación	Valores absolutos	Valores relativos
Totalmente de acuerdo	5	16%
De acuerdo	6	19%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	25%
En desacuerdo	6	19%
Totalmente en desacuerdo	7	22%
Cantidad de respuestas	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

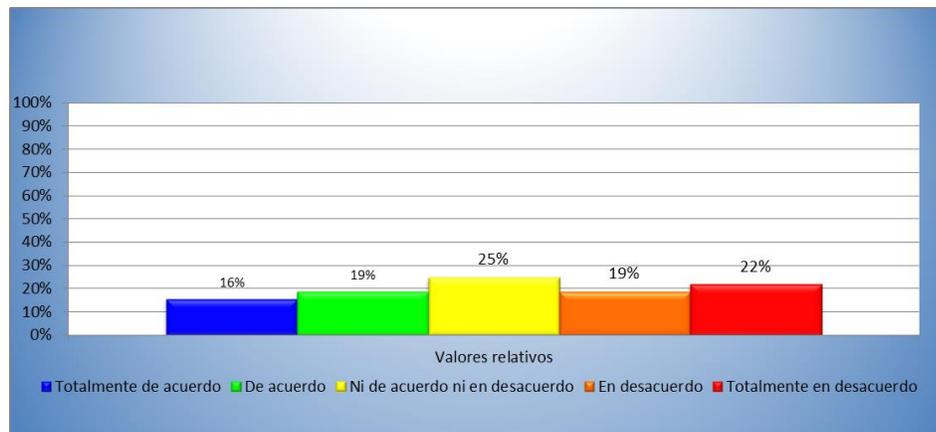


Gráfico 7. Participación de familiares.

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

Análisis: Entre los trabajadores consultados existen criterios encontrados en relación a promover la participación de sus familiares en las actividades que organiza la empresa para ellos. Al respecto, 22 por ciento estuvo totalmente en desacuerdo y 19 por ciento en desacuerdo, aunque 19 por ciento estuvo de acuerdo y 16 por ciento totalmente de acuerdo, mientras 25 por ciento no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo. Lo que quiere decir que los trabajadores no siempre tienen el tiempo necesario para participar en estas

actividades y que sus familiares no casi siempre participan en las actividades, contrario a lo que nos permite concluir que un trabajador que participa activamente demuestra su nivel de agrado, de satisfacción y de compromiso con la empresa.

Ítem 8. Considero que todos los empleados reciben adiestramiento y capacitación mediante los programas motivacionales.

Tabla 8. Resultados referentes al adiestramiento y capacitación de los empleados.

Escala de Estimación	Valores absolutos	Valores relativos
Totalmente de acuerdo	7	22%
De acuerdo	7	22%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	19%
En desacuerdo	2	6%
Totalmente en desacuerdo	10	31%
Cantidad de respuestas	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

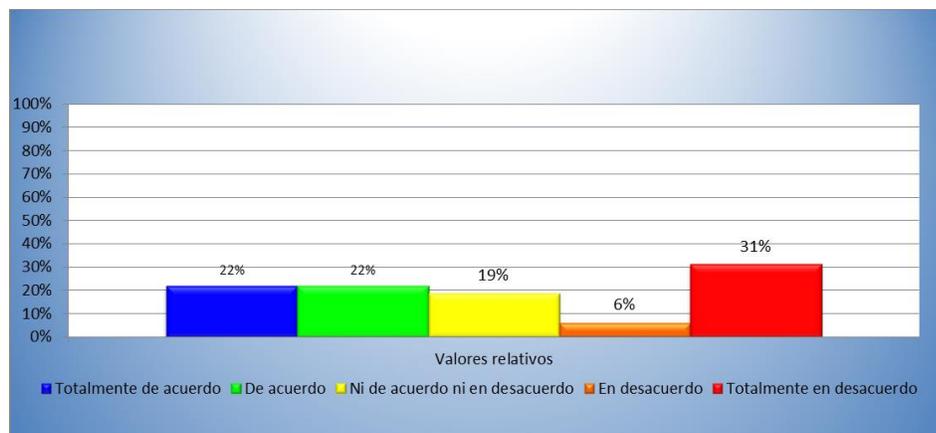


Gráfico 8. Adiestramiento y capacitación de los empleados.
Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

Análisis: En relación a este ítem, se puede concluir que una leve mayoría de los consultados consideran que la empresa no establece ni fomenta planes de adiestramiento y capacitación. Al respecto, 31 por ciento estuvo totalmente en desacuerdo y 6 por ciento en desacuerdo, sin embargo 22 por ciento estuvo totalmente de acuerdo y 22 por ciento estuvo de acuerdo mientras un 19 por ciento estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo.

La mayoría de los individuos por naturaleza sienten deseo de superación y autorrealización en las funciones que realizan, por tal motivo es de hacer notar la relevancia que llegan a tener los planes de formación, adiestramiento y capacitación para el mejoramiento continuo en las actividades inherentes al cargo que desempeñan los trabajadores, puesto que en la medida que cada trabajador conozca más sobre su trabajo los niveles de error se reducen, optimizando así su desempeño. En este sentido, la empresa debe incluir los planes de adiestramiento y capacitación en el contenido de los programas motivacionales.

Ítem 9. Me siento satisfecho con las actividades recreativas organizadas por la empresa.

Tabla 9. Resultados referentes a la satisfacción con las actividades recreativas

Escala de Estimación	Valores absolutos	Valores relativos
Totalmente de acuerdo	4	13%
De acuerdo	14	44%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	9%
En desacuerdo	2	6%
Totalmente en desacuerdo	9	28%
Cantidad de respuestas	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

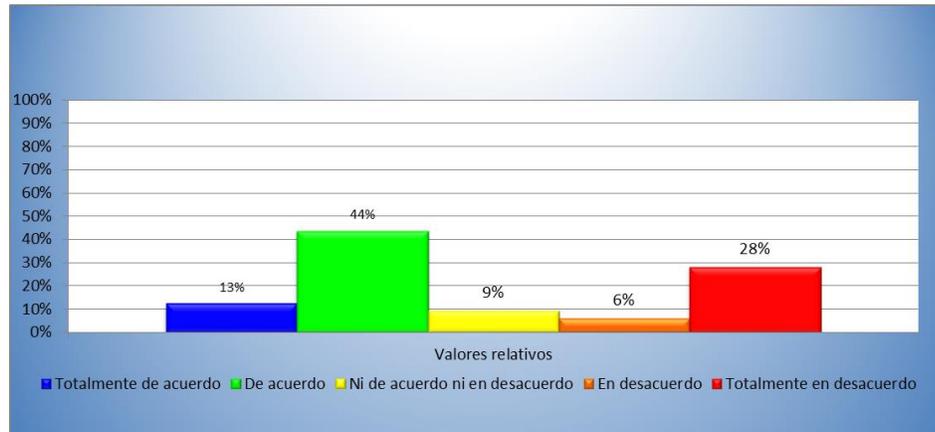


Gráfico 9. Satisfacción con las actividades recreativas
Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

Análisis: A través de la información recabada entre las personas incluidas en la muestra, se puede inferir que el personal se encuentra satisfecho con las actividades recreativas organizadas por la empresa. Al respecto, 44 por ciento de los encuestados estuvo de acuerdo y 13 por ciento totalmente de acuerdo, aunque 28 por ciento estuvo en desacuerdo y 6 por ciento totalmente en desacuerdo, mientras 9 por ciento no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Los procesos de interacción y socialización de los individuos son y seguirán siendo de suma importancia para la consolidación e integración de los equipos de trabajo en busca de lograr los objetivos y metas de la organización, cuando las actividades recreativas complacen las expectativas de los trabajadores, los mismos sienten gran afinidad con su entorno laboral, lo cual significa que aumenta su nivel de satisfacción hacia el trabajo y este permite que sea más eficiente. De acuerdo a los resultados en este ítem se sugiere que la empresa continúe con la organización de las actividades

recreativas tales como el evento del día del trabajador, el evento dedicado a los hijos de los trabajadores y la reunión de fin de año, sin embargo para atraer al porcentaje del personal que no se encuentra satisfecho con dichas actividades pueden mejora incluyendo otras actividades sociales, culturales y deportivas.

Ítem 10. Los programas motivacionales de la empresa mejoran la actitud de los trabajadores.

Tabla 10. Resultados referentes a la actitud de los trabajadores.

Escala de Estimación	Valores absolutos	Valores relativos
Totalmente de acuerdo	19	59%
De acuerdo	7	22%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	9%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	3	9%
Cantidad de respuestas	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

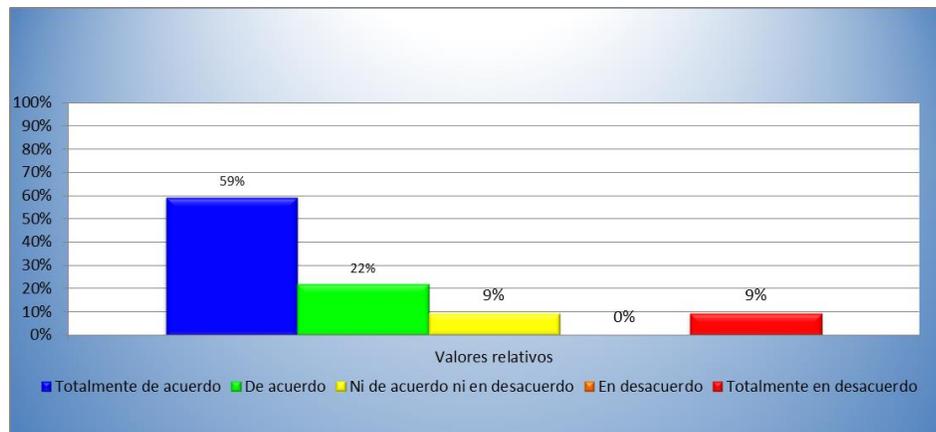


Gráfico 10. Actitud de los trabajadores.
Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

Análisis: A partir de las percepciones de los trabajadores incluidos en la muestra, se puede concluir que la mayoría absoluta del personal consideran que los programas motivacionales mejoran su actitud. Al respecto, 59 por ciento estuvo totalmente de acuerdo y 22 por ciento de acuerdo, sin embargo 9 por ciento estuvo totalmente en desacuerdo, mientras 9 por ciento ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Es importante destacar que las empresas para contar con un clima organizacional estable, adecuado y originar una buena cohesión entre el personal y la empresa, debe establecer programas motivacionales donde se incluyan diferentes actividades tanto de crecimiento personal como monetario, estos sin duda alguna van a generar actitudes positivas en el personal, estas actitudes traen consigo que el trabajador se sienta comprometido e identificado con la organización.

Ítem 11. Mi actitud es positiva cuando participo en los programas de motivación.

Tabla 11. Resultados referentes a la actitud de los trabajadores en la participación de los programas de motivación.

Escala de estimación	Valores absolutos	Valores relativos
5. Totalmente de acuerdo	20	63%
4. De acuerdo	9	28%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
2. En desacuerdo	0	0%
1. Totalmente en desacuerdo	3	9%
Totales	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

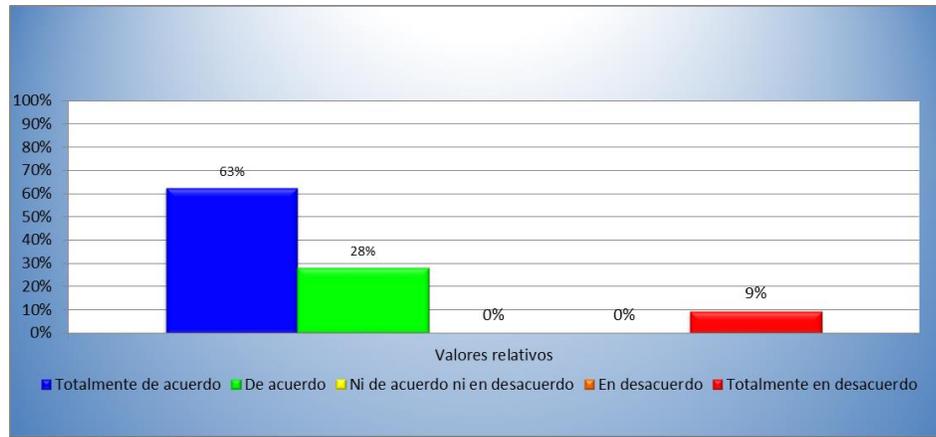


Gráfico 11. Actitud en los programas de motivación.
Fuente Chirinos, Garrido y Piña (2015).

Análisis: En relación a este ítem, se puede concluir que gran parte del personal de la empresa piensa que su actitud es positiva cuando participan en los programas de motivación. En virtud de lo antes mencionado, se tiene que el 63 por ciento de las personas encuestadas expresó estar totalmente de acuerdo y el 28 por ciento de acuerdo, lo que quiere decir que la participación de los trabajadores en los programas motivacionales fortalecen y mejoran la actitud en sus labores. La actitud de las personas en el área de trabajo es fundamental e importante ya que con ella se demuestra la apatía o satisfacción cuando se ejecute las funciones inherentes al cargo.

Ítem 12. Me interesa participar en las actividades recreativas de la empresa.

Tabla 12. Resultados referentes a la participación en las actividades recreativas

Escala de estimación	Valores absolutos	Valores relativos
5. Totalmente de acuerdo	21	66%
4. De acuerdo	9	28%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
2. En desacuerdo	0	0%
1. Totalmente en desacuerdo	0	6%
Totales	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

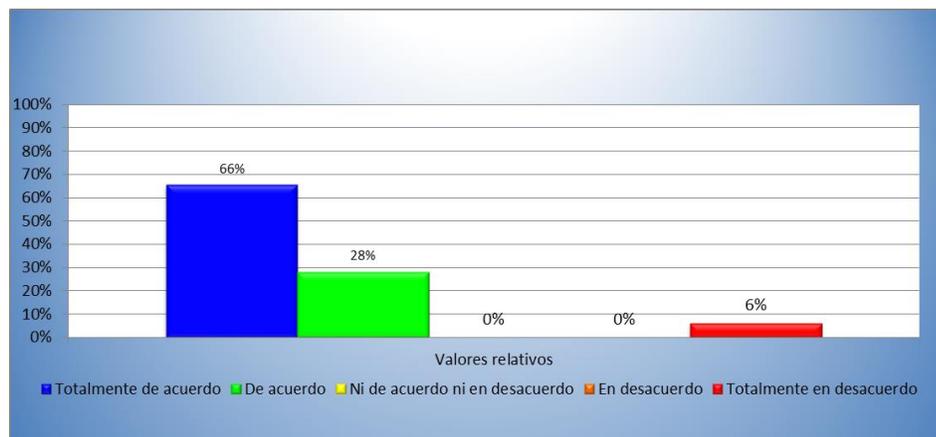


Gráfico 12. Interés en las actividades recreativas

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

Análisis: Mediante la opinión expresada de los trabajadores encuestados, se puede concluir que gran parte de la población manifiestan su interés en participar en las actividades recreativas organizadas por la organización, donde el 66 por ciento están totalmente de acuerdo, el 28 por ciento están de acuerdo, mientras que una minoría del 6 por ciento están totalmente en desacuerdo participar en actividades recreativas. Estos resultados demuestran que siempre es importante que se lleven a cabo este tipo de actividades, porque impulsan a los trabajadores a tener mayor motivación y entusiasmo en el área de trabajo.

Al momento de elaborar las actividades recreativas para la organización, es de suma importancia informar a los trabajadores por medio de las carteleras, correo electrónico, volantes, a fin de que tengan conocimiento del contenido de las actividades, hora y lugar en donde se van a desarrollar, y así poder lograr la participación de todos.

Ítem 13. La empresa reconoce la labor realizada otorgando incentivos de carácter salarial a los trabajadores.

Tabla 13. Resultados referentes al reconocimiento de labores

Escala de estimación	Valores absolutos	Valores relativos
5. Totalmente de acuerdo	11	34%
4. De acuerdo	6	19%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	22%
2. En desacuerdo	4	13%
1. Totalmente en desacuerdo	4	13%
Totales	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

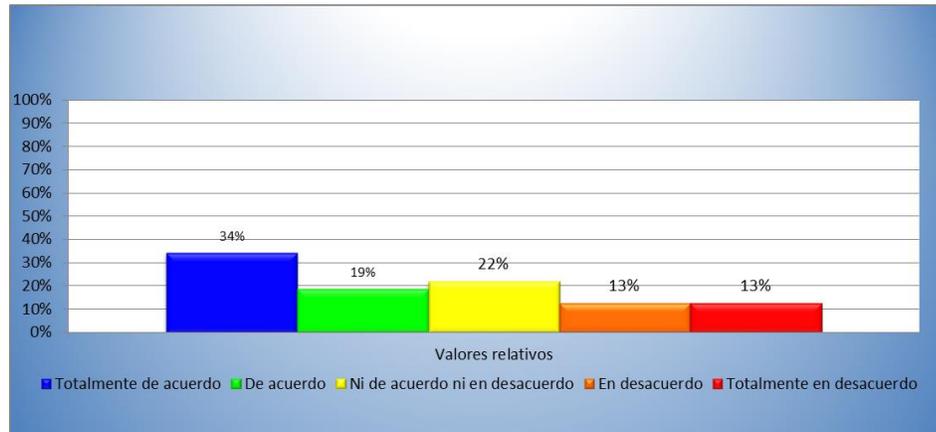


Gráfico 13. Reconocimiento de labores.
Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

Análisis: A través de la información recabada entre las personas incluidas en la muestra, se puede inferir que en la organización, la labor realizada por los trabajadores es muy poco reconocida. En este sentido, se obtuvo como resultados que el 34 por ciento de los encuestados estuvo totalmente de acuerdo, el 19 por ciento estuvo de acuerdo, mientras que el 13 por ciento estuvo en desacuerdo y totalmente en desacuerdo, pero existe un 22% de la población que expresa que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo.

En este sentido es importante que la empresa reconozca la labor realizada por los trabajadores otorgándoles algún tipo de incentivo, ya que con ello se sentirán motivados y con mayor entusiasmo al momento de ejecutar sus labores en el área de trabajo correspondiente.

Ítem 14. Me siento satisfecho con las oportunidades de crecimiento que ofrece la organización.

Tabla 14. Resultados referentes a las oportunidades de crecimiento.

Escala de estimación	Valores absolutos	Valores relativos
5. Totalmente de acuerdo	12	38%
4. De acuerdo	4	13%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	38%
2. En desacuerdo	4	13%
1. Totalmente en desacuerdo	0	0%
Totales	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015)

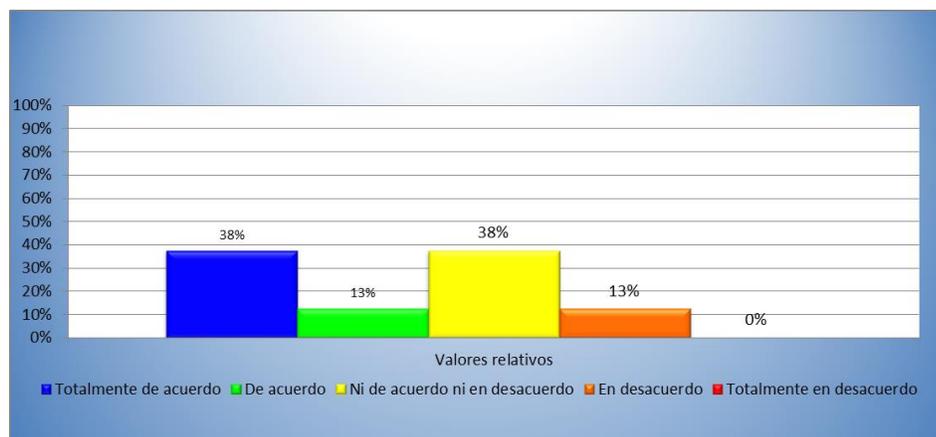


Gráfico 14. Oportunidades de crecimiento.

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

Análisis: Los resultados obtenidos en este ítem permiten determinar que una parte de la población consultada, considera estar totalmente de acuerdo con las oportunidades de crecimiento que ofrece la organización pero también existe otra parte de la población que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con dichas oportunidades. Pues por una parte, 13 por ciento de los encuestados estuvo en desacuerdo y 0 por ciento totalmente en desacuerdo, mientras que 13 por ciento estuvo de acuerdo, y 38 por ciento totalmente de acuerdo, al igual que un 38 por ciento no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Estos resultados demuestran la necesidad de ofrecer mayores oportunidades de crecimiento dentro de la organización, a fin de que los empleados puedan ascender y crecer en nuevos puestos de trabajos, cumplir diferentes funciones en su desarrollo y crecimiento profesional. Al momento de crear nuevas oportunidades de crecimiento, la gerencia de cada área de la organización debe informarles a los trabajadores con respecto a las funciones a desarrollar en el nuevo rol a desempeñar, y así el trabajador poder enfocarse en su plan de trabajo.

Ítem 15. Siento satisfacción con los beneficios no salariales que aporta la organización.

Tabla 15. Resultados referentes a los beneficios no salariales.

Escala de estimación	Valores absolutos	Valores relativos
5. Totalmente de acuerdo	5	16%
4. De acuerdo	6	19%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	34%
2. En desacuerdo	6	19%
1. Totalmente en desacuerdo	4	13%
Totales	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

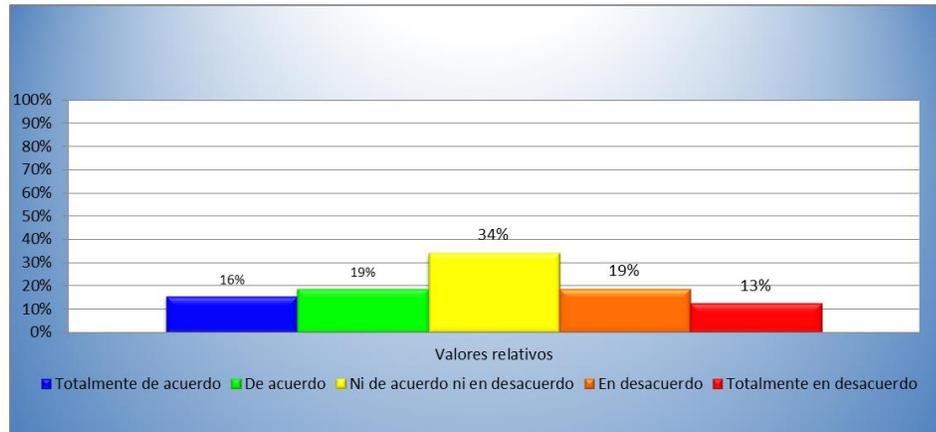


Gráfico 15. Beneficios no salariales.
Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

Análisis: Con los resultados obtenidos en este ítem se puede inferir que la mayoría de los consultados opinan que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con los beneficios no salariales que aporta la empresa, en este sentido, 13 por ciento estuvo totalmente en desacuerdo, por el contrario 19 por ciento estuvo de acuerdo y el 16 por ciento estuvo totalmente de acuerdo, mientras que el 19 por ciento de los encuestados estuvo de acuerdo, además que 34 por ciento no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, lo que indica que la población no asume una posición con respecto a los beneficios no salariales que aporta la organización a los trabajadores. La motivación de los trabajadores será mayor si la empresa aumenta los beneficios no salariales y así podrán sentirse satisfecho en el puesto de trabajo.

Ítem 16. Percibo estímulo positivo de parte de mi supervisor referente a mi desempeño laboral.

Tabla 16. Resultados referentes a la percepción de estímulo por desempeño laboral.

Escala de estimación	Valores absolutos	Valores relativos
5. Totalmente de acuerdo	6	19%
4. De acuerdo	12	38%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	25%
2. En desacuerdo	1	3%
1. Totalmente en desacuerdo	5	16%
Totales	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

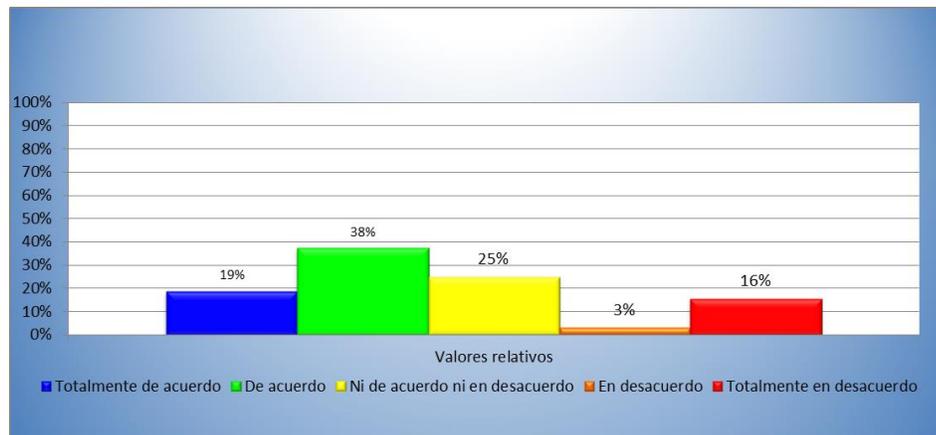


Gráfico 16. Estímulo positivo.

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

Análisis: A través de la información recabada entre las personas incluidas en la muestra, se puede inferir que la mayoría de los consultados consideran estar de acuerdo en percibir estímulo positivo por parte de sus supervisores en cuanto al desarrollo de sus funciones en el cargo. Al respecto se pudo concluir, 3 por ciento de los encuestados estuvo en desacuerdo y 16 por ciento totalmente en desacuerdo, aunque 38 por ciento estuvo de acuerdo, y

19 por ciento totalmente de acuerdo, lo que evidencia que la mayoría de los trabajadores perciben apoyo y estímulo por parte de sus superiores en referencia al desempeño laboral. En este sentido, es importante mencionar que siempre hay que estimular, apoyar y orientar a los trabajadores en cada una de sus funciones que ejecuten, a fin de que se sientan motivados y con mejor actitud al momento de realizar el trabajo y enfrentar situaciones en el rol que desempeñan.

La empresa a través de la evaluación de desempeño que se les aplica a los trabajadores puede evaluar las debilidades y fortalezas, con la finalidad de que cada supervisor de área apoye a los trabajadores y estos puedan tener mejor desempeño en su área de trabajo.

Ítem 17. La empresa ofrece la oportunidad de ascender de puesto de trabajo.

Tabla 17. Resultados referentes a oportunidades de ascender en el cargo

Escala de estimación	Valores absolutos	Valores relativos
5. Totalmente de acuerdo	8	25%
4. De acuerdo	11	34%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	19%
2. En desacuerdo	2	6%
1. Totalmente en desacuerdo	5	16%
Totales	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

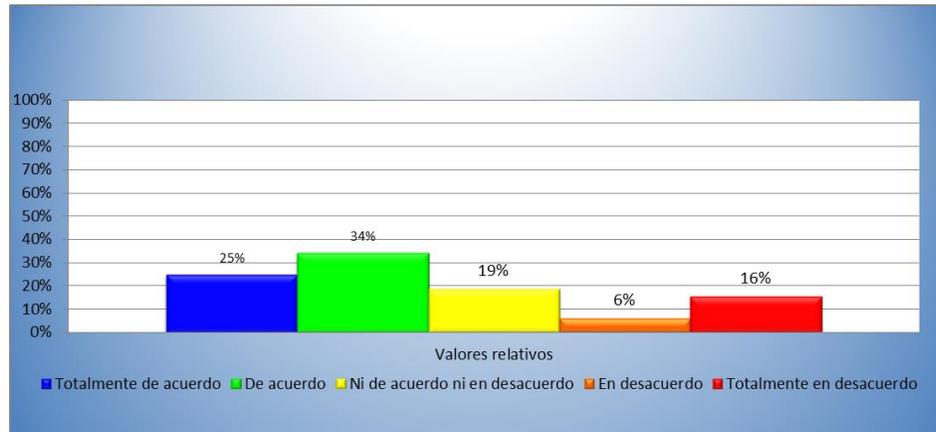


Gráfico 17. Oportunidades de ascenso
Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015)

Análisis: Entre los trabajadores consultados existen criterios encontrados con respecto a las oportunidades de ascenso en los puestos de trabajo que ofrece la organización. En este sentido se determinó que, el 25 por ciento estuvo totalmente de acuerdo y 34 por ciento totalmente de acuerdo, el 19 por ciento no mantiene una posición a favor, mientras que el 6 por ciento estuvo en desacuerdo y un 16 por ciento de la población encuestada estuvo totalmente en desacuerdo. Estos resultados demuestran que la empresa ofrece oportunidades a los trabajadores de ascender a nuevos cargos y así desempeñar diferentes funciones al puesto de trabajo anterior.

Ítem 18. La empresa promueve primero a sus empleados antes de buscar en el mercado.

Tabla 18. Resultados referentes a la promoción de los empleados

Escala de estimación	Valores absolutos	Valores relativos
5. Totalmente de acuerdo	7	22%
4. De acuerdo	9	28%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	16%
2. En desacuerdo	5	16%
1. Totalmente en desacuerdo	6	19%
Totales	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

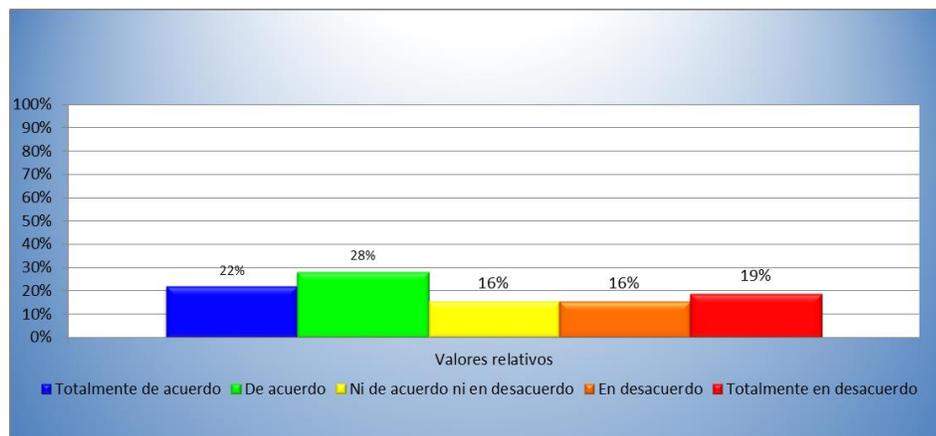


Gráfico 18. Oportunidades de ascenso de los empleados
Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

Análisis: Mediante la opinión de los consultados se puede inferir que las personas están de acuerdo con que la empresa promueva a los empleados de su cargo antes de buscar en el mercado. En este sentido, se aprecia que el 28 por ciento de las personas encuestadas manifestó estar de acuerdo y el 22 por ciento totalmente de acuerdo; sin embargo el 19 por ciento estuvo totalmente en desacuerdo y el 16 por ciento en desacuerdo, mientras que el 16 por ciento de los encuestados no tienen una posición fija al respecto.

Es de suma importancia que la empresa ofrezca oportunidades de crecimiento a los trabajadores como promoverlos de cargo antes de buscar en el mercado, y así demostrarles el reconocimiento por sus labores desempeñadas con el fin de mantenerlos motivados y que expresen actitudes positivas en el nuevo puesto de trabajo al cual serán promovidos. La gerencia ya conoce al trabajador en cuanto a su actitud, comportamiento y motivación, donde esto le permitirá promoverlo de cargo y así evitar la búsqueda de un nuevo recurso.

Ítem 19. La empresa establece programas de reconocimiento público a trabajadores destacados.

Tabla 19. Resultados referentes a reconocimiento de los empleados

Escala de estimación	Valores absolutos	Valores relativos
5. Totalmente de acuerdo	15	47%
4. De acuerdo	7	22%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	9%
2. En desacuerdo	4	13%
1. Totalmente en desacuerdo	3	9%
Totales	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

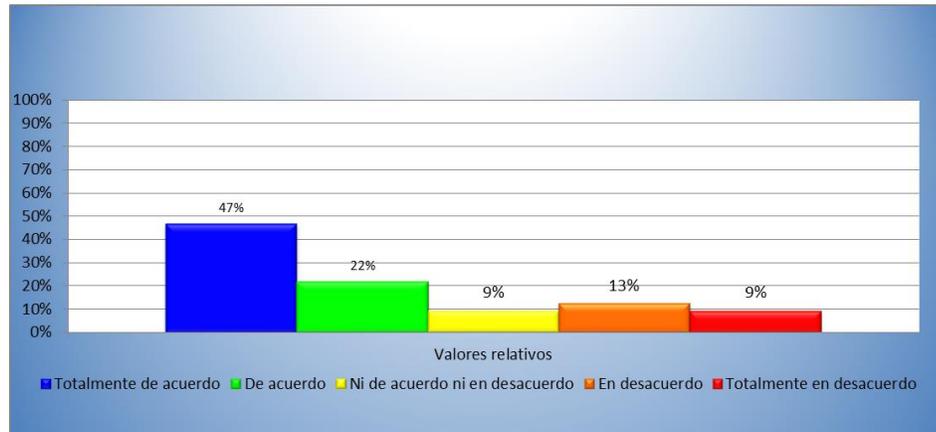


Gráfico 19. Reconocimiento a empleados destacados
Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015)

Análisis: En relación a este ítem se puede observar que gran parte de la población manifiesta que se establecen programas de reconocimiento a los trabajadores destacados, donde se obtiene que un 47 por ciento está totalmente de acuerdo y un 22 por ciento de acuerdo, por otra parte un 13 por ciento está en desacuerdo mientras que un 9 por ciento se encuentra totalmente en desacuerdo, y una minoría del 9 por ciento no están ni de acuerdo ni en desacuerdo.

En virtud de lo antes mencionado, se recomienda a la empresa mantener los programas de reconocimiento a los trabajadores destacados, ya que con estos programas los empleados se esfuerzan más al momento de realizar las labores correspondientes al cargo que desempeñan, y así motivar al personal que no está de acuerdo con que se diseñen estos tipo de programas de reconocimiento.

Ítem 20. Recibo de la empresa como incentivos simbólicos (placas, diplomas, botones).

Tabla 20. Resultados referentes a los incentivos otorgados por la empresa

Escala de estimación	Valores absolutos	Valores relativos
5. Totalmente de acuerdo	20	63%
4. De acuerdo	4	13%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	6%
2. En desacuerdo	3	9%
1. Totalmente en desacuerdo	3	9%
Totales	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

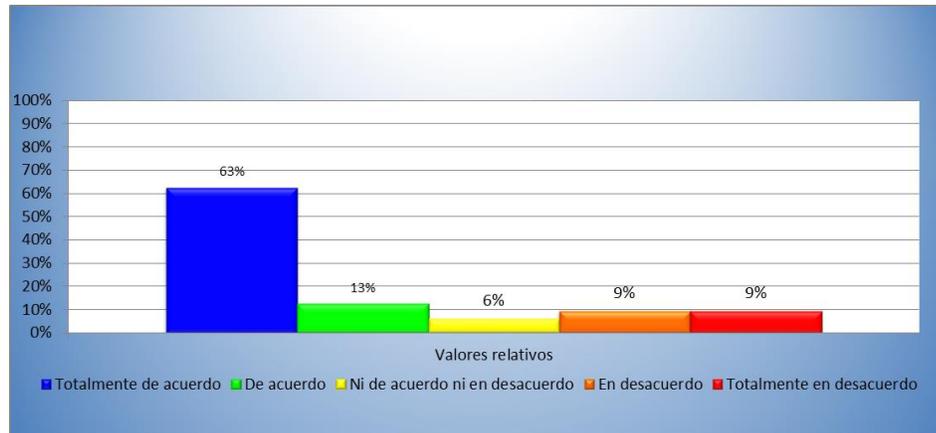


Gráfico 20. Incentivos simbólicos

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015)

Análisis: Con los resultados obtenidos se puede inferir que la mayoría de los consultados opinan que han recibido incentivos simbólicos por parte de la organización, en este sentido se tiene que el 63 por ciento de las personas encuestadas manifestó estar totalmente de acuerdo y 13 por ciento de acuerdo; por el contrario 9 por ciento estuvo en desacuerdo y otro 9 por ciento estuvo totalmente en desacuerdo, y una leve minoría no mantiene una

posición justa al expresar 6 por ciento que no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, se puede evidenciar que en los resultados obtenidos, existe un alto porcentaje de la población que se sienten satisfechos al recibir incentivos por parte de la organización.

En todas las empresas es importante diseñar eventos a fin de otorgarle a los trabajadores incentivos simbólicos, que reconozcan la labor realizada en el cargo cumpliendo las funciones respectivas. Esto mantendrá al trabajador satisfecho y muy motivado con actitud positiva en la organización.

Ítem 21: Recibo capacitación y adiestramiento por parte de la empresa en relación al cargo.

Tabla 21. Resultados referentes a la capacitación y adiestramiento por la empresa en relación al cargo de los trabajadores.

Escala de Estimación	Valores absolutos	Valores relativos
5.Totalmente de acuerdo	18	56%
4.De acuerdo	8	25%
3.Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	16%
2.En desacuerdo	0	0%
1.Totalmente en desacuerdo	1	3%
Totales	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

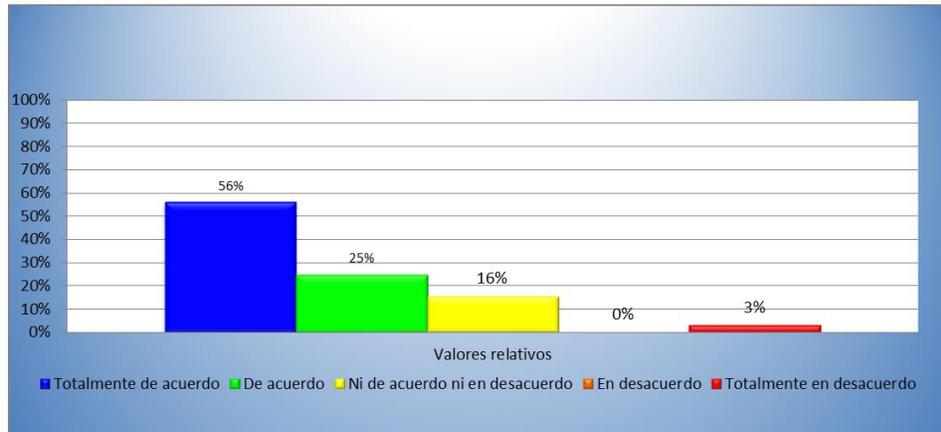


Gráfico 21. Capacitación por la empresa en relación al cargo.
Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

Análisis: Los resultados que logran apreciarse, arrojan una conclusión positiva en referencia a la capacitación y el adiestramiento realizado por la organización en referencia al cargo; evidenciando que un 56 por ciento de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo y un 25 por ciento de acuerdo; en un porcentaje de 16 por ciento no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo y un valor menor del 6 por ciento indico estar totalmente en desacuerdo. Mostrando en su mayoría la capacitación realizada y el adiestramiento en el cargo de los trabajadores.

Es importante que se lleven a cabo procesos de capacitación a todo el personal que labora en la organización, que pueda adiestrarse y optimizar sus capacidades de forma eficaz y que le muestre al trabajador la importancia de su rol en la organización y del deseo que posee la misma para su crecimiento profesional.

Ítem 22: Mi actitud en el trabajo requiere de los programas de motivación.

Tabla 22. Resultados referentes a la actitud mediante los programas de motivación

Escala de Estimación	Valores absolutos	Valores relativos
5.Totalmente de acuerdo	13	41%
4.De acuerdo	9	28%
3.Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	6%
2.En desacuerdo	3	9%
1.Totalmente en desacuerdo	5	16%
Cantidad de respuestas	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

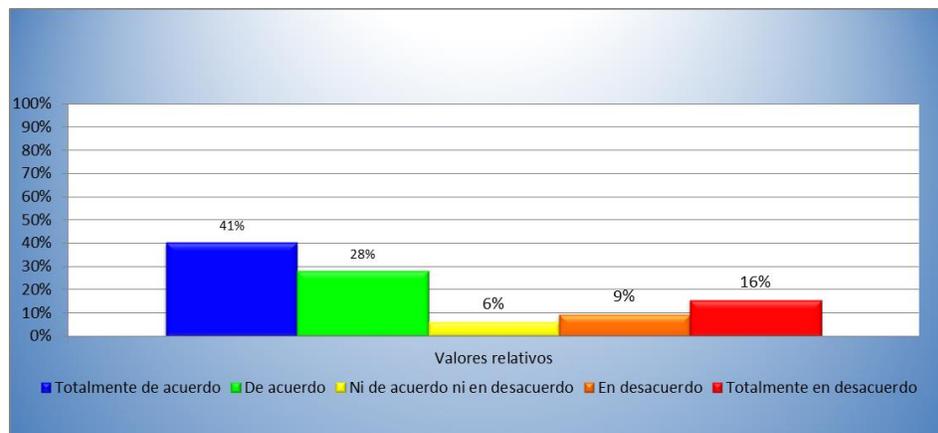


Gráfico 22. Actitud en el trabajo mediante los programas

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015)

Análisis: El resultado del ítem presentado, indico que un 41 por ciento está totalmente de acuerdo, un 28 por ciento mostros estar de acuerdo, lo que refleja que la mayoría de los trabajadores asegura que su actitud requiere de los programas de motivación; se observó que un 6 por ciento de los trabajadores manifestó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 9 por ciento señalo estar en desacuerdo y un 16 por ciento indico estar totalmente en desacuerdo; los resultados reflejan una distribución de opiniones, sin

embargo la mayoría centra su aceptación en la importancia de los programas de motivación para una mejor actitud en el puesto de trabajo.

La aceptación por parte del personal de la empresa se demuestra en la presente encuesta hacia los programas motivacionales como aporte para favorecer sus actitudes en el área de trabajo, lo que asegura la importancia de la aplicación de un programa diseñado para que en la organización exista actitudes gestionadas hacia el logro, la satisfacción y la mejora en sus condiciones intrínsecas y extrínsecas.

Ítem 23: Considero que en mi ambiente de trabajo hay motivación.

Tabla 23. Resultados referentes a la motivación existente en el ambiente de trabajo.

Escala de Estimación	Valores absolutos	Valores relativos
5.Totalmente de acuerdo	6	19%
4.De acuerdo	12	38%
3.Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	25%
2.En desacuerdo	1	3%
1.Totalmente en desacuerdo	5	16%
Cantidad de respuestas	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015)

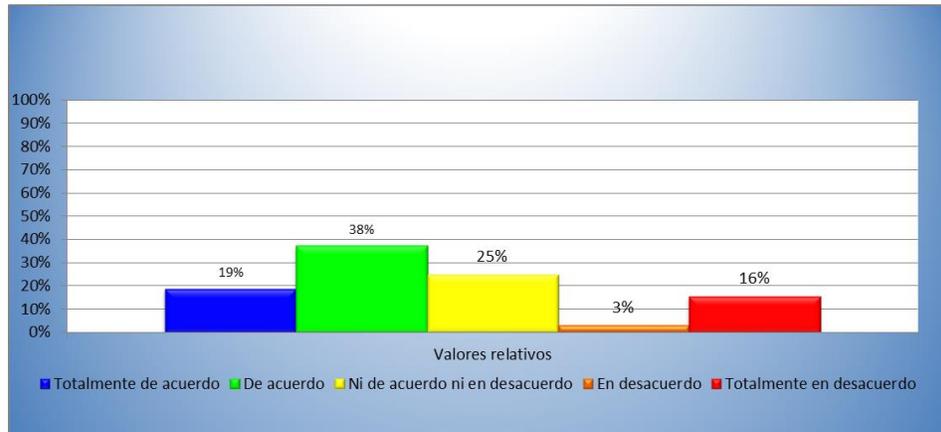


Gráfico 23. Motivación en ambiente de trabajo
Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015)

Análisis: Los resultados reflejan que un 19 por ciento coincide estar totalmente de acuerdo y un 38 por ciento estar de acuerdo, también se observó que un 25 por ciento manifestó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo; observamos que un 3 por ciento de los encuestados indico estar en desacuerdo y un 16 por ciento declaro estar totalmente en desacuerdo; estos datos indican el nivel de variación de la motivación en el ambiente de trabajo, a pesar de que un gran número indicó haber motivación, una parte considerada también expresó una ausencia de este factor el cual es de gran importancia para la mejora del ambiente laboral. La presencia de motivación en toda organización es de sumo interés para mejorar todos los procesos de interacción, tanto laboral como social, si no existe un trabajador motivado, entonces no habrá un buen desempeño de las actividades, disminuirá el rendimiento y la calidad del trabajo, es por ello que es alarmante la observación de resultados muy variables que denotan una falta de motivación en un numero considerado de trabajadores, lo cual podría ser perjudicial para el logro de objetivos a corto o largo plazo.

Ítem 24: Reconocen los aportes que realizo en beneficio de las actividades inherentes a mi cargo.

Tabla 24. Resultados referentes al reconocimiento de los aportes inherentes a mi cargo

Escala de Estimación	Valores absolutos	Valores relativos
5.Totalmente de acuerdo	7	22%
4.De acuerdo	9	28%
3.Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	31%
2.En desacuerdo	1	3%
1.Totalmente en desacuerdo	5	16%
Cantidad de respuestas	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015)

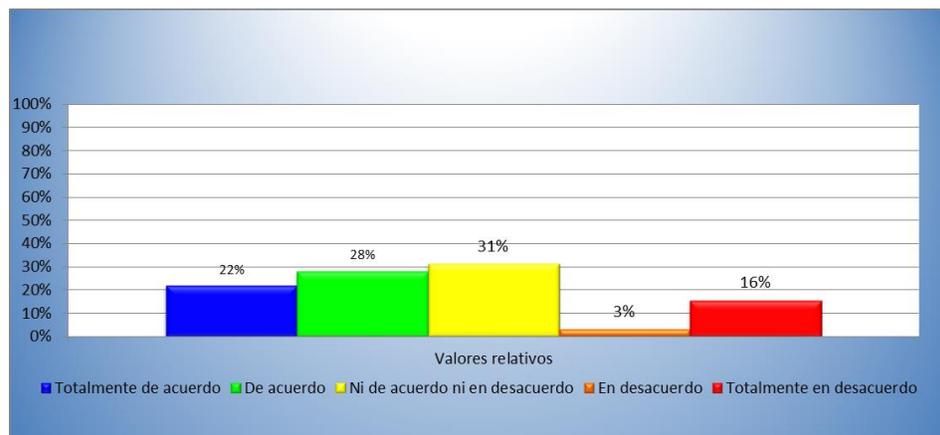


Gráfico 24. Reconocimiento de aportes por las actividades al cargo

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015)

Análisis: En el cuadro de los valores relativos, se logra visualizar los porcentajes del ítem, arrojando un 22 por ciento totalmente de acuerdo y un 28 por ciento está de acuerdo en que se realizan reconocimientos por sus aportes, sin embargo un 31 por ciento de la muestra demostró estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, además de un 3 por ciento estar en desacuerdo y

un 16 por ciento está totalmente en desacuerdo, visualizándose un margen de trabajadores los cuales indicó no observar el reconocimiento cuando hacen algún aporte inherente a su cargo.

Este factor porcentual demuestra la división de opiniones con respecto a este ítem y el margen de variabilidad, plasmando que no todos los trabajadores se encuentran motivados cuando realizan un aporte adicional que consideran debe ser valorable; lo cual es importante ya que esto motiva al trabajador en su puesto de trabajo. Al recibir un reconocimiento por su supervisor o por los dirigentes en la organización se genera motivación a los logros, mostrando aprecio y valor a los aportes adicionales que puede realizar un determinado trabajador para mejorar continuamente y así alcanzar objetivos planteados.

Ítem 25: Considero que con los programas de motivación puedo tener mejor desempeño de mis labores

Tabla 25. Resultados referentes al desempeño de las labores a través de los programas de motivación

Escala de Estimación	Valores absolutos	Valores relativos
5.Totalmente de acuerdo	7	22%
4.De acuerdo	9	28%
3.Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	31%
2.En desacuerdo	1	3%
1.Totalmente en desacuerdo	5	16%
Cantidad de respuestas	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

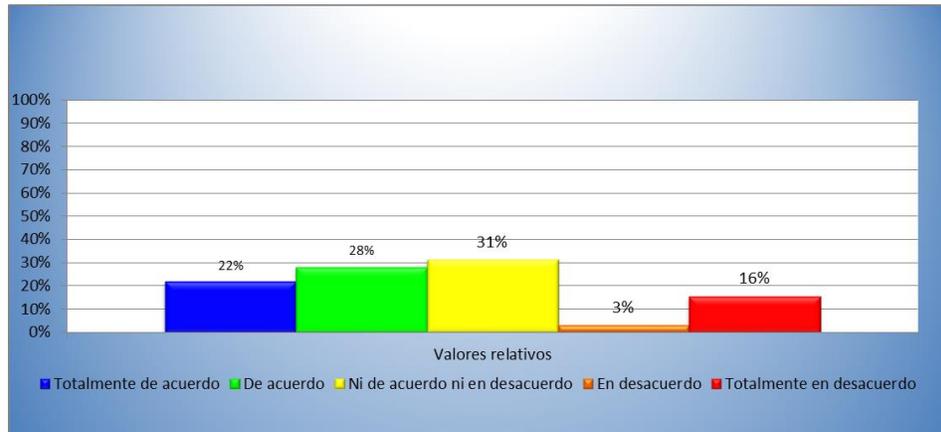


Gráfico 25. Mejor desempeño por los programas de motivación
Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015)

Análisis: Con respecto a este ítem se puede observar que la mayoría de la población encuestada no mantiene una posición fija en cuanto a los programas de motivación para mejorar el desempeño laboral. En este sentido, se tiene que un 22 por ciento estuvo totalmente de acuerdo que con los programas de motivación se tendrá un mejor desempeño en las labores, y un 28 por ciento estuvo de acuerdo; sin embargo un 16 por ciento estuvo totalmente en desacuerdo y un 3 por ciento estuvo en desacuerdo, mientras que el 31 por ciento de los trabajadores no estuvieron ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Los resultados obtenidos evidencian que el personal de la empresa no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el desarrollo de los programas motivacionales a fin de mejorar el desempeño de sus labores, lo que quiere decir, que la organización debe realizar continuamente estos programas motivacionales para que los trabajadores se sientan identificados con ellos y

así poder demostrar día a día un mejor desempeño en las funciones inherentes al cargo. Todas las organizaciones deben tener y cumplir con programas motivacionales para todo el personal.

Ítem 26: La empresa me ofrece beneficios salariales que contribuyen a la motivación del personal.

Tabla 26. Resultados acerca de los beneficios que ofrece la empresa que contribuyen a motivar al personal.

Escala de Estimación	Valores absolutos	Valores relativos
5.Totalmente de acuerdo	7	22%
4.De acuerdo	10	31%
3.Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	22%
2.En desacuerdo	5	16%
1.Totalmente en desacuerdo	3	9%
Cantidad de respuestas	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015)

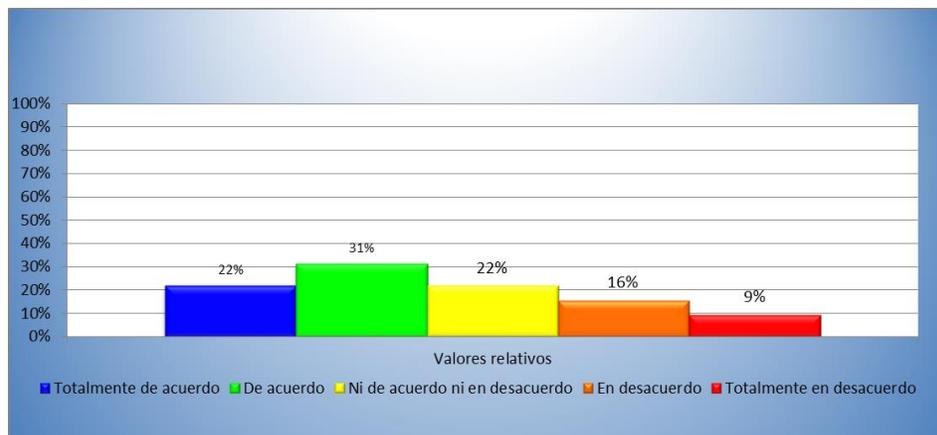


Gráfico 26. Beneficios ofrecidos por la empresa

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015)

Análisis: De los resultados obtenidos se desprende que un 22 por ciento manifestó estar totalmente de acuerdo y un 31 por ciento coinciden en estar de acuerdo; cabe destacar que un 22 por ciento mostro estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, lo que representa un porcentaje considerable, también un 16 por ciento declaro estar en desacuerdo con los beneficios generados como aporte a su motivación personal y un 9 por ciento estuvo totalmente en desacuerdo, mostrando una rango de análisis ante el grado porcentual mostrado en estos resultados, de un factor tan importante como los beneficios que se pueden generar para aumentar la motivación a todo el personal como valor extrínseco como lo anuncia Frederick Herzberg.

La organización debe tomar como factor de importancia los beneficios generados como una forma de motivar externamente al trabajador, brindándole un mérito digno de ser alcanzado, que realmente sienta que debe esforzarse para obtener esta contribución. Los resultados afirman no haber una satisfacción plena en cuanto a la aplicación de beneficios compensatorios, se logra apreciar una variación de resultados, reflejando que no es suficiente a todo el personal.

Ítem 27: Considero que las actividades deportivas y culturales motivan a los trabajadores de la empresa.

Tabla 27. Resultados acerca de la motivación a los empleados mediante actividades extraordinarias en la empresa.

Escala de Estimación	Valores absolutos	Valores relativos
5.Totalmente de acuerdo	21	66%
4.De acuerdo	5	16%
3.Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	16%
2.En desacuerdo	1	3%
1.Totalmente en desacuerdo	0	0%
Cantidad de respuestas	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015)

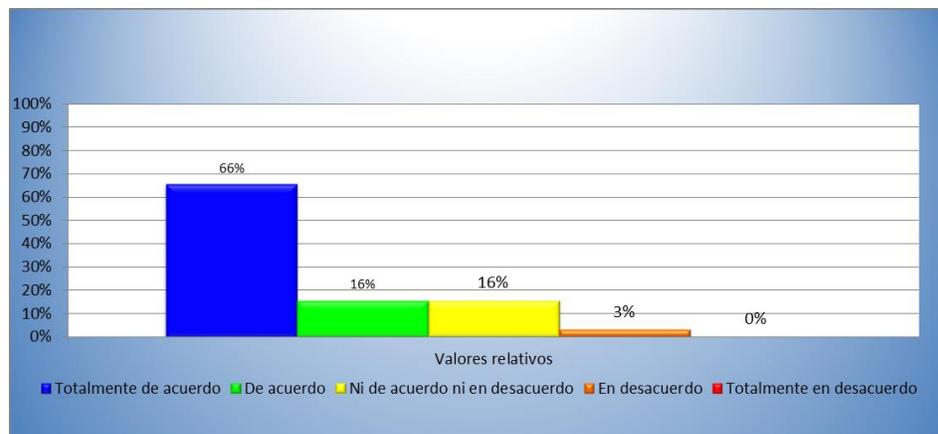


Gráfico 27. Las actividades culturales y deportivas motivan a los empleados
Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015)

Análisis: Las actividades deportivas y de ámbito cultural logran alcanzar un enorme grado de aceptación por parte de los encuestados, indicando un 66 por ciento totalmente de acuerdo como factor motivador en las relaciones de trabajo un 16 por ciento manifestó simpatía al estar de acuerdo, un 16 por ciento mostro estar ni de acuerdo ni en desacuerdo y finalmente un 3 por

ciento indico estar en desacuerdo. Estas actividades presentan un importante factor para incentivar y motivar a cada trabajador en la empresa.

Toda actividad incluida en los programas motivacionales debe ser agradable a todo el personal y lograr el objetivo de contar con su participación y atención, por lo cual actividades enlazadas a la cultura y el buen uso del tiempo libre por medio de actividades deportivas, ejerce un rol potenciador para aumentar la integración, el trabajo en equipo y la convivencia, lo cual según los resultados posee la aprobación de la mayoría.

Ítem 28: La empresa toma en cuenta mi opinión para la planificación de los programas motivacionales.

Tabla 28. Resultados acerca la opinión que se expresa para los programas motivacionales

Escala de Estimación	Valores absolutos	Valores relativos
5.Totalmente de acuerdo	1	3%
4.De acuerdo	4	13%
3.Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	34%
2.En desacuerdo	9	28%
1.Totalmente en desacuerdo	7	22%
Cantidad de respuestas	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015)

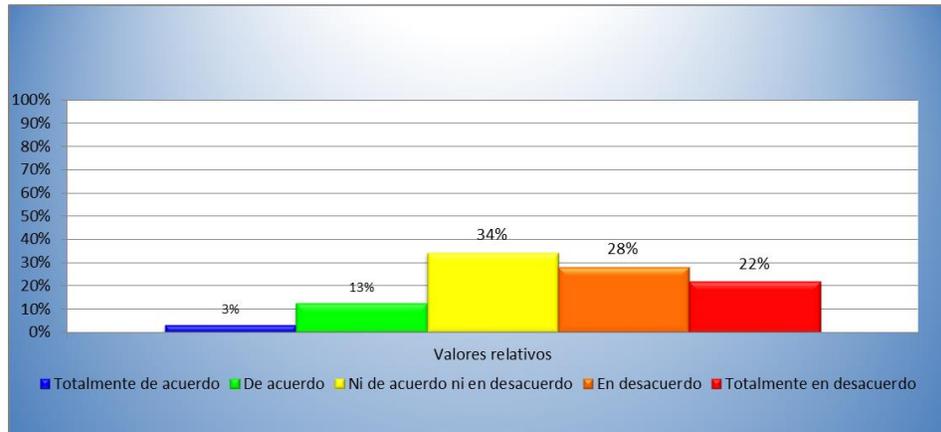


Gráfico 28. Opinión para planificar programas motivacionales
Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015)

Análisis: En relación a este ítem, se tiene que un 34 por ciento de los encuestados indicó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo respecto a la opinión para realizar los programas de motivación, y un porcentaje del 28 por ciento indicó estar en desacuerdo, luego se observa un 22 por ciento que está totalmente en desacuerdo, y una minoría del 3 por ciento está totalmente de acuerdo, mientras que un 13 por ciento manifestó estar de acuerdo.

Al consultar a los trabajadores acerca de las diversas actividades que desearía tener dentro de los programas de motivación, aumentaría el grado en participación a los eventos y se incrementaría la aceptación de dichas actividades, dándoles mayor reconocimiento a los programas y relevancia. Los resultados abordan la poca inclusión de las opiniones de los trabajadores referente a las actividades dirigidas a ellos con el fin de mejorar su actitud y rendimiento.

Ítem 29: La empresa consulta por medio de encuestas los tipos de programas motivacionales y recreativos que me gustaría disfrutar durante el año.

Tabla 29. Resultados acerca de las consultas por medio de encuestas a los trabajadores de los programas a realizar en la empresa.

Escala de Estimación	Valores absolutos	Valores relativos
5.Totalmente de acuerdo	2	6%
4.De acuerdo	4	13%
3.Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	28%
2.En desacuerdo	5	16%
1.Totalmente en desacuerdo	12	38%
Cantidad de respuestas	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015)

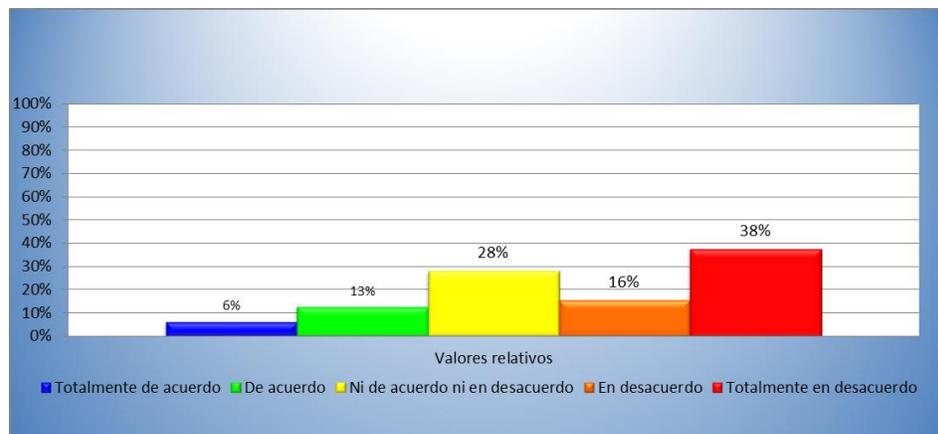


Gráfico 29. Consulta por medio de encuestas de los programas recreativos
Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015).

Análisis: Estos valores denotan la poca consulta realizada a los trabajadores para realizar los programas de motivación, un 38 por ciento de los encuestados apuntó estar totalmente en desacuerdo, seguido por un 28 por

ciento indicando estar ni de acuerdo ni en desacuerdo; se logra apreciar un 16 por ciento estando en desacuerdo, siendo esta la mayoría de valores porcentuales que arrojan la poca participación que poseen los trabajadores en los programas realizados por la empresa para gestionar su motivación en el ambiente de trabajo.

Ítem 30: Los programas motivacionales van dirigidos a todo el personal que labora dentro de la empresa.

Tabla 30. Resultados referentes a los programas motivacionales y si van dirigido a todos los trabajadores.

Escala de Estimación	Valores absolutos	Valores relativos
5.Totalmente de acuerdo	8	25%
4.De acuerdo	11	34%
3.Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	13%
2.En desacuerdo	4	13%
1.Totalmente en desacuerdo	5	16%
Cantidad de respuestas	32	100%

Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015)

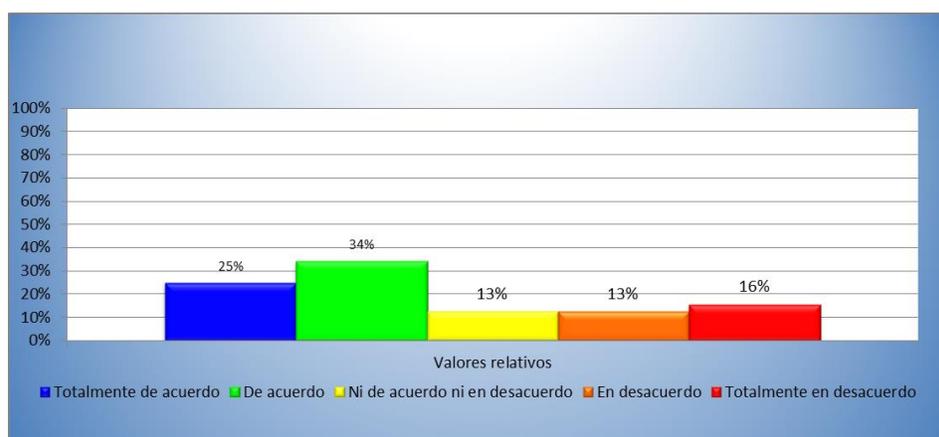


Gráfico 30. Programas motivacionales para todo el personal de la empresa
Fuente: Chirinos, Garrido y Piña (2015)

Análisis: Un 34 por ciento de los trabajadores coincidió estar de acuerdo y un 25 por ciento totalmente de acuerdo, dando una mayoría, vemos también un 16 por ciento estar totalmente en desacuerdo y un 13 por ciento estar en desacuerdo indicando que no se presenta a cabalidad los programas a ser dirigidos para todo el personal; este ítem muestra información relevante para acotar la importancia de abarcar a toda la población de la organización a fin de evitar la incomodidad que afecte la motivación de los trabajadores.

Todo el personal requiere la mayor atención posible para mantener el equilibrio, la fraternidad y la no discriminación por departamentos en cualquier organización en la cual se gestionen relaciones sociales de trabajo, por lo cual en esos resultados se evidencia un porcentaje el cual considera ser participativo hacia todos, sin embargo otro número significativo aseguro opiniones adversas, por lo cual debe ser de revisión y análisis controlar y evaluar la forma de ejecución, audiencia y participación de todos y cada uno de los trabajadores.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- El primer objetivo se orienta al análisis de los factores motivacionales presentes en la empresa del sector plástico ubicada en la zona industrial El Recreo del Estado Carabobo. En este objetivo los indicadores son los siguientes: Adiestramiento y desarrollo, compensación, reconocimiento y recreación, estos están basados en la teoría de los factores higiénicos y de motivación del autor Frederick Herzberg. En relación al primer objetivo se concluyó lo siguiente:
- La organización no genera capacitación y adiestramiento mediante los programas de motivación según el 44 por ciento de los trabajadores, lo que resulta ser negativo en los procesos de trabajo y en el desarrollo de las características individuales de cada uno de ellos.
- El 47 por ciento de los trabajadores expresan que la empresa no dicta charlas con el propósito de informar el contenido de los programas de motivación, esto influye en la actitud de ellos porque no se sentirán identificados con los programas que se realicen y se verán afectados en su desarrollo profesional y personal, donde se evidencia un resultado negativo.
- El 56 por ciento de los trabajadores aceptan participar en las actividades de recreación organizadas por la organización, con la finalidad de sentirse en armonía e integración con cada uno de los compañeros, para así sentirse motivados en la jornada laboral y

mostrar mejores relaciones interpersonales, donde se refleja un resultado positivo para la organización.

- La organización reconoce la labor de los trabajadores otorgándoles incentivos salariales, en este sentido el 53 por ciento del personal se sienten satisfecho, donde se muestra un resultado positivo, lo que permite a los empleados que cada vez demuestren mayor esfuerzo y dedicación al momento de realizar las funciones inherentes al cargo, e impulsarlos a mantener actitudes positivas todo el tiempo dentro de la empresa.
- Según el 57 por ciento, los supervisores estimulan a los trabajadores para que estos se sientan motivados y con mejor actitud al momento de ejecutar las labores, donde se evidencia un resultado positivo para así brindarles mayor confianza para que otros factores como el desgano y la apatía no afecten el desempeño laboral.
- La empresa le ofrece a los trabajadores diferentes oportunidades de ascender por puesto de trabajo, según el 59 por ciento de los encuestados, lo que resulta ser positivo y lo que motiva a ellos en hacer el mayor esfuerzo y demostrar el potencial que tienen para que sean ascendidos a una nueva posición dentro de la organización.
- La organización reconoce según un 50 por ciento de los trabajadores la labor realizada (Resultado negativo), promoviéndolos de cargo antes de reclutar en el mercado, lo que evidencia el compromiso que tiene la empresa con los empleados y estos se sientan motivados por el

reconocimiento otorgado por el desempeño en las funciones correspondientes.

- Los trabajadores afirman en un 73 por ciento que la empresa otorga reconocimientos simbólicos, con el propósito de premiar el buen desempeño que tienen en el puesto de trabajo, lo que indica que es significativo para la organización.
- Los empleados manifiestan en 50 por ciento, que reciben capacitación por parte de la empresa con respecto al cargo, lo que muestra resultados negativos en cuanto a la formación y desarrollo de todo el personal que labora en la organización.
- Mediante un 54 por ciento de los encuestados, la empresa no le consulta a los trabajadores por medio de encuesta los tipos de programas de recreación que le gustaría disfrutar en el año, esto incide de manera negativa en la actitud de los empleados con respecto a la integración con los compañeros en el entorno laboral, ya que los programas de recreación permiten mayor integración dentro de la organización.
- El 59 por ciento de la población encuestada, manifestó que la empresa incluye la totalidad de beneficios a todo el personal, lo cual indica un resultado significativo al mantener la fraternidad, equilibrio y la no discriminación entre los trabajadores.

Para el alcance del segundo objetivo que tiene como finalidad identificar los programas motivacionales presentes en la empresa del sector plástico

ubicada en la Zona Industrial El Recreo del Estado Carabobo, fue necesaria la aplicación de una entrevista estructurada a las personas encargada del departamento de Gestión Humana, con la cual se pudo conocer que la empresa busca que sus trabajadores se sientan motivados, satisfechos, identificados y comprometidos con la organización. La empresa otorga diferentes incentivos tanto salariales como no salariales y organiza actividades recreativas, pero los mismos no están establecidos formalmente en un programa de motivación, sin embargo durante el año se realiza eventos tales como: El día del trabajador, donde acostumbran un torneo de dominó, juego de bolas criollas, bailes, entre otros; El evento dedicado a los hijos de los trabajadores donde se invita al representante con el niño o niña a un día de diversión, parque, cine o compartir, además se realiza un evento de fin de año; Donde se les ofrece almuerzo navideño, música, bailes y reconocimientos tanto de años de servicio como equipos destacados; Respecto a las actividades culturales y/o deportivas la empresa no ha organizado eventos, y en cuanto a conocer la opinión de los trabajadores acerca de los programas o actividades motivacionales que desea participar, la empresa no ha aplicado encuestas.

Como incentivos de carácter salarial los trabajadores obtienen: Bono premio por puntualidad y asistencia perfecta, bono de producción, bono gerencial, bono trimestral supervisores (un mes de salario), ayuda por estudio (pago de inscripción y mensualidad) bono equipo destacado del año, bono trabajador del trimestre. Como Incentivos sin carácter salarial la empresa otorga: Placas por años de servicios, reconocimiento público a los equipos destacados del año por área de trabajo (Certificados), certificado trabajador del año (Nómina semanal / Nómina mensual), trabajador del

trimestre (Certificado / Publicación en cartelera), no existen planes de carrera, pero si se emplea oportunidades de ascenso.

La empresa proporciona capacitación y adiestramiento respecto al cargo desempeñado por los trabajadores, aunque el plan de adiestramiento no está plasmado formalmente, por el contrario la capacitación dirigida en materia de salud y seguridad laboral cuenta con su plan y el mismo se encuentra publicado en cartelera.

Para el tercer objetivo los indicadores son los siguientes: Conocimiento (Ítems número 1,3,6) satisfacción (ítems número 9,11,14,15,22,23) y participación (ítems número 4,5,7,12,28,29). Estos ítems se pueden observar en el anexo B de la presente investigación.

Los resultados acerca si la empresa suministra información de las actividades que forman parte de los programas motivacionales, según los trabajadores no se recibe ningún tipo de información al respecto. Por otra parte, los encuestados manifiestan que tampoco reciben información oportuna de las actividades a realizar. También se observó que los trabajadores les gustaría participar en otros eventos de motivación, que se interesan en conocer las fechas de las actividades o charlas motivacionales, lo que lleva a que la actitud sea positiva.

En este sentido, los empleados también opinaron que su actitud en el trabajo requiere de los programas de motivación; Así como también afirman que en el entorno laboral hay motivación. Los encuestados manifestaron que no promueven la participación de sus familiares en los eventos de recreación organizados por la empresa. La mayoría de los consultados, consideran que

la empresa toma en cuenta muy poco la opinión de los trabajadores con respecto a los temas de diseño de los programas motivacionales y la inclusión de eventos que tengan la aprobación de todo el personal que da vida día a día a la organización.

Es importante hallar una forma para que los trabajadores queden motivados para mejorar su actitud y la calidad de vida laboral, eliminando ambientes con un clima tenso. La meta de los programas motivacionales es crear y mantener un ambiente de trabajo que redunde en una satisfacción alta, buena salud mental y alta moral en cuanto a las labores que realiza el trabajador y su estado de satisfacción, siendo este uno de los objetivos de las Relaciones Industriales: Propiciar un ambiente de trabajo estable y cómodo donde el trabajador pueda ejercer su labor sin que sea perturbada; Asimismo, es necesario mantenerlo motivado, que se sienta identificado con todos y cada uno de los pasos que se tomen en esta materia, que se sientan parte importante del proceso de mejora en sus condiciones intrínsecas y extrínsecas.

Una vez finalizada la investigación se puede determinar mediante la escala de valoración, que la forma de motivar a los trabajadores no es solamente por las compensaciones monetarias, sino que es solamente un factor dentro de una gran cantidad de estrategias que aportan a la excelencia en la realización de los programas motivacionales de esta organización para la mejora en las actitudes de los trabajadores, donde se obtuvo resultado positivo.

Recomendaciones

Entre las oportunidades de mejoras, alineada a reforzar la parte de motivación en cuanto a los factores que inciden en la actitud de los trabajadores de la empresa del sector plástico ubicada en la Zona Industrial El Recreo Del Estado Carabobo, puede ser formalizar por escrito los programas motivacionales diseñados por la organización, donde quede claro el propósito, alcance y contenido de los mismos. En segundo lugar, se recomienda utilizar de forma detallada los medios audiovisuales como lo son las carteleras, pantallas, habladores, volantes, trípticos, correos electrónicos e impresos a fin de informar a los trabajadores sobre la planificación de las actividades de los diferentes programas de motivación.

Se recomienda darle la oportunidad a los trabajadores de expresar su opinión por medio de encuestas en cuanto a las actividades recreativas que le gustaría participar; Así como también de promover la participación de los familiares en los eventos de recreación y motivación organizados y desarrollados por la empresa, mediante invitaciones elaboradas por el departamento de Gestión Humana las cuales serán entregadas a los trabajadores para que se la hagan llegar a sus familiares.

Por otra parte, se recomienda formalizar el plan de actividades de recreación e incluir actividades deportivas y culturales para promover la participación de los trabajadores de la organización. En este sentido, también se le recomienda a la empresa diseñar y elaborar nuevas actividades para que sean insertadas en los programas de motivación a impartir para los empleados.

Se recomienda impartir adiestramiento al personal, en materia de los programas motivacionales a fin de que sean potenciados los conocimientos que tienen y desarrollarlo en la formación profesional y laboral.

Es necesario mantener al trabajador motivado, que se sienta identificado, se sienta parte importante de la organización. La motivación en la empresa, es efectiva cuando se toma en cuenta las opiniones de todos; Implica necesidades, deseos, tensiones, incomodidades y expectativas, que el trabajador conoce mejor que cualquier otro personal que no conviva diariamente en la empresa.

Las actividades programadas deben destinarse constantemente a la participación de todos los trabajadores, ninguno debe ser excluido de ello, cada ejecución debe estar dirigida a todo el personal, para evitar distinciones o barreras que intervengan negativamente en sus actitudes; Al generalizar la audiencia y la participación se incentivará a todas y cada una de la personas que influyen en los procesos de trabajo, promoviendo la integración y derribando opiniones adversas a la convivencia laboral.

Es importante incluir beneficios que motiven al trabajador a mantenerse en la organización, que se reconozca las jornadas de trabajo emprendidas por los trabajadores por medio de compensaciones justas, que sean beneficios valorables para toda la nómina de la empresa, que satisfagan necesidades importantes para el trabajador y refleje el deseo de apremiar su gestión en la organización.

LISTA DE REFERENCIAS

Alles, Martha (2005) **Gestión por competencias. El diccionario.** [Artículo en línea] Disponible: https://books.google.es/books?id=2qguP7cfbr4C&pg=PA19&dq=david+mcclelland&hl=es&sa=X&ei=21hiVdWiF_W1sQS94HABw&ved=0CEYQ6AEwBg#v=onepage&q=david%20mcclelland&f=false [Consulta: Enero 19, 2015]

Amoros, Eduardo (2007) **Comportamiento organizacional en busca del desarrollo de ventajas competitivas.** USAT Escuela de Economía. Lambayeque-Perú.

Blanco, Antonio. (2007) **Trabajadores competentes, Introducción y reflexiones sobre la gestión de recursos humanos por competencias.** [Artículo en línea] Disponible: https://books.google.es/books?id=H1tYIHVziM8C&pg=PA128&dq=david+mcclelland&hl=es&sa=X&ei=21hiVdWiF_W1sQS94HABw&ved=0CDkQ6AEwBA#v=onepage&q=david%20mcclelland&f=false [Consulta: Diciembre 06, 2014]

Chiavenato, Idalberto (2009). **Comportamiento organizacional. La dinámica del éxito en las organizaciones.** Editorial McGraw-Hill/interamericana. México.

Delgado de Smith Yamile, Colombo, Leyda y Orfila, Rosmel (2003) **Conduciendo la investigación.** Editorial Comala. Caracas.

Delgado, Yamile, Colombo Leyda y Rosmel. Orfila (2002) **Confiabilidad y validez de los instrumentos**. Documento en Línea: <http://yamilesmith.blogspot.com/2012/06/confiabilidad-y-validez-de-los.html>. Consulta: Noviembre del 2013.

Espada, Miguel (2003) **Nuestro motor emocional**. Editorial Díaz De Santo. España.

Flores, Carmen (1994) **Motivación, una alternativa para el éxito**. Fondo editorial de la Universidad Pedagógica Experimental (FEDEUPEL). Caracas.

Guillen, Carlos y Guilt, Roció. (2000) **Psicología del trabajo para relaciones laborales**. Editorial McGraw-Hill/interamericana (S. A. U.) España.

Hellriegel, Don y Slocum, John, Jr. (2004) **Comportamiento organizacional**. Editorial Thomson. Australia.

Jones, Gareth y George, Jennifer (2006) **Administración Contemporánea**. Editorial McGraw-Hill. México.

Keith, Davis y Newstrom, John (2000) **Comportamiento Humano en el Trabajo**, Editorial McGraw-Hill/interamericana. México.

Lazarus, Richard y Folkman, Susan (1986) **Estres y Procesos Cognitivos**. Editorial Martinez Roca. España.

Miquilena, Dionelvy. (2011) **Observatorio Laboral Revista Venezolana**. Colina Universidad Central de Venezuela. Caracas.

Ovejero, Anastasio. (2006) **Psicología del trabajo en un mundo globalizado, como hacer frente al mobbing y al estrés laboral.** Editorial Biblioteca Nueva. España.

Palomo, María. (2010) **Liderazgo y motivación de equipos de trabajo.** [Artículo en línea] Disponible: https://books.google.es/books?id=_9g_Zlehq0QC&pg=PA100&dq=douglas+mccgregor&hl=es&sa=X&ei=MU1iVcSWJqXjsASOglKoDw&ved=0CB8Q6AEwADgK#v=onepage&q&f=false [Consulta: Marzo 17, 2015]

Pérez, Juan y Méndez, Santiago. (2010) **Motivación de los empleados: Teoría de Herzberg.** España.

Porras, Juan y Roufett, A. (2005) **Cultura organizacional y motivación laboral de los trabajadores de la empresa Green spot embotelladora Venezuela, S.A.,** Trabajo de grado no publicado. Universidad de Carabobo.

Robbins, Stephen y Judge, Timothy. (2009) **Comportamiento organizacional.** Editorial Pearson Educación, México.

Shiffman y Kanuk. (2005) **Comportamiento del consumidor.** Editorial Pearson Educación, México.

Torres, Gibran. (2005) **Factores motivacionales que influyen en los trabajadores a nivel de piso en un centro comercial ubicado en Pachuca, Hidalgo.** Universidad de Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH), México.

Uribe, R. (2009) **La motivación como estrategia generadora de satisfacción. Empresas dedicadas al servicio de punto de ventas.** Trabajo de grado no publicado. Área de estudio de postgrado de la Universidad de Carabobo.

ANEXOS



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA**



Anexo A. Instructivo de Aplicación del Cuestionario

Título de la Investigación. Factores motivacionales que inciden en la actitud de los trabajadores de una empresa del sector plástico ubicada en la Zona Industrial El Recreo del Estado Carabobo.

Objetivo General

Evaluar los factores motivacionales que inciden en la actitud de los trabajadores de la empresa del sector plástico ubicada en la zona industrial de Valencia Edo. Carabobo evidenciando los aspectos que requieran mejora.

Objetivos Específicos

- a) Analizar los factores motivacionales presentes en la empresa del sector plástico ubicada en la zona industrial de Valencia Edo. Carabobo.
- b) Determinar la actitud de los trabajadores frente a los programas motivacionales de la organización.

Nota: La siguiente encuesta tiene como finalidad servir como instrumento recolector de indagación básica. La información obtenida será uno de los insumos fundamentales en el proceso de investigación conducida por los investigadores en su Trabajo de grado, para optar al título de Licenciados en Relaciones Industriales en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo. Con el propósito de facilitar el análisis óptimo de los diversos aspectos a evaluar, seguidamente se indican algunas pautas:

- 1.- Lea cuidadosamente cada pregunta.
- 2.- Tómese el tiempo necesario para cada respuesta.
- 3.- Marque con una "X" la opción que considere adecuada, siguiendo la escala que se le indica.
- 4.- Por favor, responda todas las preguntas.
- 5.- Si requiere alguna aclaratoria no dude en consultar con el facilitador.
- 6.- No existen respuestas correctas o incorrectas
- 7.- Evite enmendaduras.

Muchas gracias por su colaboración y participación, los datos aportados serán la clave para la concreción de este trabajo de grado, lo cual permitirá el completar una nueva etapa de nuestra formación académica.

Agradecidos por su valiosa colaboración. Los Investigadores.

Anexo B. Instrumento de Recolección de Datos

Responda las siguientes preguntas de acuerdo a las siguientes alternativas:

Alternativas:

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

Ítem Nº.	Contenido	5	4	3	2	1
1	Conozco que están por escrito los programas motivacionales que se dictan en la organización.					
2	He recibido charlas, Inducciones con respecto al contenido de los programas de motivación.					
3	Considero que la empresa informa oportunamente a los trabajadores de los programas motivacionales.					
4	Participo en las actividades de recreación e integración organizadas por la empresa.					
5	Le gustaría participar en otros eventos de motivación presentados por la empresa.					
6	Me intereso en conocer las fechas de las charlas, reuniones de los programas de motivación.					
7	Promuevo la participación de mis familiares en las actividades que organiza la empresa para ellos.					

Responda las siguientes preguntas de acuerdo a las siguientes alternativas:

Alternativas:

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

Ítem Nº.	Contenido	5	4	3	2	1
8	Considero que todos los empleados reciben adiestramiento y capacitación mediante los programas motivacionales.					
9	Me siento satisfecho con las actividades recreativas organizadas por la empresa.					
10	Los programas motivacionales de la empresa mejoran la actitud de los trabajadores.					
11	Mi actitud es positiva cuando participo en los programas de motivación.					
12	Me interesa participar en las actividades recreativas de la empresa.					
13	La empresa reconoce la labor realizada otorgando incentivos de carácter salarial a los trabajadores.					
14	Me siento satisfecho con las oportunidades de crecimiento que ofrece la organización.					
15	Siento satisfacción con los beneficios no salariales que aporta la organización.					
16	Percibo estímulo positivo de parte de mi supervisor referente a mi desempeño laboral.					
17	La empresa ofrece la oportunidad de ascender de puesto de trabajo.					
18	La empresa promueve primero a sus empleados antes de buscar en el mercado.					

Ítem Nº.	Contenido	5	4	3	2	1
19	La empresa establece programas de reconocimiento público a trabajadores destacados.					
20	Recibo de la empresa como incentivos simbólicos (placas, diplomas, botones).					
21	Recibo capacitación y adiestramiento por parte de la empresa en relación al cargo.					
22	Mi actitud en el trabajo requiere de los programas de motivación.					
23	Considero que en mi ambiente de trabajo hay motivación.					
24	Reconocen los aportes que realizo en beneficio de las actividades inherentes a mi cargo.					
25	Considero que con los programas de motivación puedo tener mejor desempeño de mis labores					
26	La empresa me ofrece beneficios salariales que contribuyen a la motivación del personal.					
27	Considero que las actividades deportivas y culturales motivan a los trabajadores de la empresa.					
28	La empresa toma en cuenta mi opinión para la planificación de los programas motivacionales.					
29	La empresa consulta por medio de encuestas los tipos de programas motivacionales y recreativos que me gustaría disfrutar durante el año.					
30	Los programas motivacionales van dirigidos a todo el personal que labora dentro de la empresa.					



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



Anexo C. Guion de Entrevista

Entrevista realizada el día martes 12 de mayo de 2015 a la Licenciada Diana Torres Gerente del departamento de Gestión Humana, en las instalaciones de la empresa. La finalidad de realizar la misma, es conocer e identificar los programas motivacionales desarrolladas por el departamento de gestión Humana de una empresa de Plástico ubicada en la zona industrial el Recreo en Valencia estado Carabobo.

- 1- ¿La empresa cuenta con programas motivacionales?
- 2- ¿Están establecidos por escrito los programas motivacionales?
- 3- ¿Qué actividades forman parte los programas motivacionales?
- 4- ¿La empresa tiene formalmente establecido un plan de recreación para los trabajadores?
- 5- ¿La empresa realiza eventos culturales y deportivos?
- 6- ¿Qué incentivos de carácter salarial otorga la empresa?
- 7- ¿Qué incentivos de carácter no salarial otorga la empresa?

- 8- ¿Se suministra información a los trabajadores sobre los programas motivacionales?
- 9- ¿La empresa aplica encuestas para conocer la opinión de los trabajadores acerca de las actividades que le gustaría participar?
- 10- ¿La empresa desarrolla planes de carrera a sus trabajadores?
- 11- ¿Se le ofrece oportunidades de ascenso a los trabajadores?
- 12- ¿Existen programas de adiestramiento y capacitación para los trabajadores de la empresa?
- 13- ¿La empresa realiza eventos de reconocimiento público a sus trabajadores?
- 14- ¿Para reconocer el desempeño de los trabajadores la empresa otorga incentivos simbólicos tales como placas, certificados, diplomas, botones, otros?
- 15- ¿Los incentivos que otorga la empresa van dirigidos a todo el personal que labora en la empresa?

CALCULO DE ALPHA DE CRONBACH

Instrumento de recolección de datos del Trabajo de Grado Titulado " Factores Motivacionales que inciden en la actitud de los trabajadores de una empresa del sector plastico ubicada en la Zona Industrial El Recreo Valencia Estado Carabobo."

Bachilleres: Chirinos Richard C.I.:21.020.066, Garrido Efrain C.I. :17.494.883, Piña Karen C.I.: 16.947.662

PERSONAS ITEMS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	S ²		
1	3	1	4	5	2	1	1	1	1	2	2	4	5	3	2	2	2	3	2	2	3	5	3	1	1	1	2	4	4	3	2	2	1,61		
2	3	1	2	4	2	1	1	1	1	2	1	4	5	3	3	3	3	4	3	4	4	5	3	1	2	1	2	2	4	3	3	2	1,54		
3	3	1	4	5	1	1	1	1	2	2	1	5	5	3	5	3	3	4	3	5	4	3	4	4	3	1	1	3	2	4	4	2	2,02		
4	2	1	4	4	1	1	1	1	1	1	5	5	5	2	5	5	4	5	3	4	4	3	4	5	4	1	1	4	4	4	4	1	2,60		
5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	0,24			
6	3	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	5	5	4	4	4	3	3	5	4	0,45		
7	4	1	4	5	2	1	1	5	2	1	1	3	4	2	5	4	3	3	3	3	2	5	2	5	4	1	2	3	3	3	4	1	1,92		
8	2	1	4	4	1	1	1	1	1	2	4	5	3	3	3	3	3	4	3	5	4	4	3	5	5	1	1	4	5	5	5	1	2,48		
9	5	1	4	5	1	1	1	1	5	1	4	5	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	1	1	2	4	4	4	1	2,19		
10	5	1	5	5	5	5	5	1	5	5	4	3	4	5	5	4	5	4	3	5	4	5	4	3	5	1	5	4	5	5	5	5	1,53		
11	5	1	4	4	5	5	5	1	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	1	5	4	4	5	5	5	1,39		
12	5	1	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	1	5	5	4	5	5	5	1,03	
13	5	1	4	5	2	3	1	1	5	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	1	2	2	3	3	2	3	2,00		
14	5	2	4	5	3	3	3	3	5	3	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	3	5	4	2	3	2	2	3	3	2	3	5	1,23		
15	5	2	4	4	2	1	1	1	1	3	2	5	5	4	3	3	4	4	3	5	3	5	4	3	2	2	2	3	3	3	3	3	1,54		
16	3	1	3	4	4	3	3	1	5	1	5	4	2	5	5	3	4	4	3	5	4	5	3	4	4	1	4	4	4	4	3	1	1,67		
17	3	1	4	5	4	1	2	3	5	1	3	4	4	5	4	5	5	5	3	5	4	5	4	5	3	3	1	4	4	2	4	4	1,87		
18	3	1	5	4	2	1	1	3	5	1	2	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	2	2	1	2	3	3	3	4	1	2,09	
19	5	2	4	5	4	5	5	1	5	1	4	5	4	4	5	5	4	3	2	5	3	5	5	5	5	5	2	4	2	3	5	5	1	1,94	
20	4	1	4	5	5	5	5	5	1	5	3	5	5	5	5	5	4	5	2	4	3	5	5	5	5	5	1	5	2	2	5	5	5	1,96	
21	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	3	5	5	4	5	1	5	4	5	3	5	5	4	4	5	3	4	5	5	5	0,93	
22	2	1	4	4	5	5	4	5	1	1	5	5	2	5	4	4	4	3	2	4	3	4	5	5	5	1	5	5	4	5	5	1	2,22		
23	4	1	3	3	4	5	4	1	5	1	3	5	4	4	5	4	4	4	2	5	4	5	4	3	3	1	4	3	3	4	3	1	1,67		
24	5	1	3	3	4	3	4	1	5	1	4	5	2	5	5	3	4	4	3	5	3	5	4	3	3	1	4	3	4	4	3	1	1,73		
25	1	5	5	4	5	5	5	5	1	1	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	1	1,85	
26	5	2	4	4	5	4	4	1	5	1	2	5	2	5	3	3	5	4	2	4	3	5	4	3	4	2	5	3	4	3	3	1	1,60		
27	4	4	5	3	5	5	5	5	5	3	3	3	2	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	0,77	
28	3	1	3	4	2	2	3	1	1	1	2	4	2	5	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	2	1	2	1	2	2	3	1	1,16		
29	2	1	3	3	3	3	3	1	1	1	1	5	2	5	4	2	1	4	1	3	3	4	3	2	1	1	3	1	4	1	2	1	1,65		
30	2	1	4	4	4	4	3	1	5	5	1	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	5	4	1	2	1	4	2	4	2	3	5	1,99		
Total	110	50	118	128	102	94	92	72	103	73	93	133	116	124	130	117	119	124	88	130	107	139	119	112	107	50	102	96	106	116	115	73			
S²																																			48,90
S^{2t}																																			502,71
Alpha																																			0,9339

Fórmula:

N = 30 Número de Items
 N-1 = 29 Número de Items -1 grado de libertad
 S = 48,90 Sumatoria de varianzas (Items)
 St = 502,71 Varianza
 Alpha de Cronbach = 0,93 En este caso Muy Alto Grado de Confiabilidad
 Mientras mas cerca de 1, Mayor es la Confiabilidad

SE REALIZO EL INSTRUMENTO BAJO LA ESCALA DE LIKERT:

OPCIONES UTILIZADAS:
 5 TOTALMENTE DE ACUERDO
 4 DE ACUERDO
 3 NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO
 2 EN DESACUERDO
 1 TOTALMENTE EN DESACUERDO

RANGO DE REFERENCIA	
MUY ALTA	0,81-1,00
ALTA	0,61-0,80
MODERADA	0,41-0,60
BAJA	0,21-0,40
MUY BAJA	0,01-0,20

UNIVERSIDAD DE CARABOBO
 FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES
 ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
 BRUNO M. VALERA H.
 C.I. V-7.575.154
 PROFESOR DE ESTADISTICA