

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA INDUSTRIAL/ORGANIZACIONAL (PD)

**"DIAGNÓSTICO DE MOTIVACIÓN DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA GRUPO
COMAR, S. A."
TESIS DE GRADO**

SHAMIRA ELENA URIZAR AWE
CARNET 23646-11

SAN JUAN CHAMELCO, ALTA VERAPAZ, ABRIL DE 2016
CAMPUS "SAN PEDRO CLAVER, S . J." DE LA VERAPAZ

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA INDUSTRIAL/ORGANIZACIONAL (PD)

**"DIAGNÓSTICO DE MOTIVACIÓN DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA GRUPO
COMAR, S. A."
TESIS DE GRADO**

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
HUMANIDADES

POR
SHAMIRA ELENA URIZAR AWE

PREVIO A CONFERÍRSELE
EL TÍTULO DE PSICÓLOGA INDUSTRIAL / ORGANIZACIONAL EN EL GRADO ACADÉMICO DE
LICENCIADA

SAN JUAN CHAMELCO, ALTA VERAPAZ, ABRIL DE 2016
CAMPUS "SAN PEDRO CLAVER, S . J." DE LA VERAPAZ

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. EDUARDO VALDES BARRIA, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES

DECANA: MGTR. MARIA HILDA CABALLEROS ALVARADO DE MAZARIEGOS
VICEDECANO: MGTR. HOSY BENJAMER OROZCO
SECRETARIA: MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY
DIRECTORA DE CARRERA: MGTR. GEORGINA MARIA MARISCAL CASTILLO DE JURADO

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

LIC. ROSA MACLOVIA VILLELA FLOHR

REVISOR QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

LIC. ALEJANDRO JOSE MENA BARRIOS

Cobán, Alta Verapaz, noviembre 10 de 2015

Señores
Consejo de Facultad de Humanidades
Universidad Rafael Landívar
Campus Central

Tengo el agrado de dirigirme a usted para someter a su consideración el informe final de la tesis "*Diagnostico de Motivación de los Colaboradores de la Empresa Grupo Comar S.A.*" de la estudiante *Shamira Elena Urizar Awe*, con carnet No. 2364611, de la carrera de Psicología Industrial/Organizacional.

He revisado el mismo y considerado que llena los requisitos metodológicos y de contenido que exige la facultad de humanidades para trabajos de esta naturaleza. Por lo que solicito sea revisado y aprobación respectiva.



Licda. Maclovía Villela
Código docente 7766
Colegiada No. 1966
Asesora



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

FACULTAD DE HUMANIDADES
No. 051428-2016

Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Tesis de Grado de la estudiante SHAMIRA ELENA URIZAR AWE, Carnet 23646-11 en la carrera LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA INDUSTRIAL/ORGANIZACIONAL (PD), del Campus de La Verapaz, que consta en el Acta No. 05813-2016 de fecha 4 de marzo de 2016, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

"DIAGNÓSTICO DE MOTIVACIÓN DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA GRUPO COMAR, S. A."

Previo a conferírsele el título de PSICÓLOGA INDUSTRIAL / ORGANIZACIONAL en el grado académico de LICENCIADA.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 7 días del mes de abril del año 2016.



Irene Ruiz Godoy
MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODÓY, SECRETARIA
HUMANIDADES
Universidad Rafael Landívar

DEDICATORIA

A Dios

Por permitirme mantenerme de pie durante los cinco años de carrera y brindarme sabiduría y la fortaleza necesaria.

A mis padres

A mi mamá Elenita Awe por sus enseñanzas y consejos, así como motivarme día con día a perseverar y dar lo mejor de mí.

A mi papá Gustavo Urizar por ser mi ejemplo a seguir y motivarme a ser profesional y una mujer de bien. Eternamente agradecida con ustedes.

A mis hermanos

Wahib por estar siempre conmigo e instarme a culminar mi carrera.

A mi mejor amiga y hermana Shalina por apoyarme en todo momento, gracias a ti soy mejor persona y he logrado una meta más en mi vida. Te amo hermana Dios me bendijo con un ser humano tan especial, como lo eres tú.

INDICE

CONTENIDO	PÁGINA
RESUMEN	
I. INTRODUCCIÓN	01
1.1 Motivación.....	08
1.2 Motivación Laboral	09
1.3 Satisfacción Laboral	09
1.4 Clima Organizacional de la Motivación.....	10
1.5 Programas de Motivación Laboral	10
1.6 Comunicación.....	11
1.7 Los Clientes	11
1.8 Atención al Cliente	12
1.9 Incentivos Monetarios y No Monetarios	13
1.10 Satisfacción Laboral	13
1.11 Rotación de Personal	14
1.12 Como combatir la Rotación.....	14

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
2.1 Objetivo General	17
2.2 Objetivo Especifico	17
2.3 Elemento de Estudio.....	18
2.4 Definición de Variable	18
2.4.1 Definición Conceptual.....	18
2.4.2 Definición Operacional	18
2.5 Alcances y Limites	19
2.6 Aportes	19
III. MÉTODO	20
3.1 Sujeto	20
3.2 Instrumento	21
3.3 Procedimiento	23
3.4 Tipo de Investigación, diseño y metodología Estadística.....	24
IV. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	25
V. DISCUSIÓN	31
VI. CONCLUSIONES	35

VII. RECOMENDACIONES36

VIII. REFERENCIAS37

ANEXOS

Anexo No. 1 Cuestionario dirigido a Colaboradores

Anexo No. 2 Carta de autorización para uso del nombre de la Empresa

RESUMEN

El presente estudio de alcance descriptivo, tuvo como objetivo diagnosticar la motivación de los colaboradores de la empresa Grupo Comar S.A. Para la realización del estudio se determinó una muestra de 18 sujetos conformado por 17 hombres y 1 mujer.

La información fue recopilada por medio de un instrumento, administrado a los colaboradores de dicha empresa, contaba con 16 preguntas de opción múltiple para determinar el nivel de motivación que tienen en función a la empresa, respondiendo a los objetivos planteados de la investigación.

Se trabajó con los siguientes indicadores de medición: Satisfacción Laboral, Incentivos Monetarios, Incentivos no Monetarios y Rotación de Personal.

Los resultados demuestran que el factor de Satisfacción Laboral es el más desarrollado, mediamente desarrollado Incentivos no Monetarios y Rotación de Personal; siendo el menos desarrollado Incentivos Monetarios. La motivación de los colaboradores se encuentra favorable, sobre todo es necesario realizar ciertas mejoras para lograr un ambiente estable dentro de la organización, por consiguiente brindar un buen servicio al cliente. Se concluye que el talento humano motivado es considerado la pieza clave para lograr los objetivos y el éxito de la empresa.

I. INTRODUCCIÓN

En las empresas modernas la motivación es el termino clave del éxito, la productividad y sobre todo la competitividad, tomando en cuenta que un colaborador animado es el motor que le da vida a la entidad; es de esta manera que cada uno de los sujetos juegan un papel importante ya que si son estimulados se sentirán en un ambiente agradable para desempeñar las tareas obteniendo resultados en cuanto a la satisfacción laboral

Así mismo, se debe conocer la influencia que tienen los aspectos motivacionales en la vida diaria de las personas, si no existiera en el diario vivir no se alcanzarían las metas deseadas; es así como funciona en una empresa.

En efecto el arte de motivar es el que define el auténtico liderazgo, es una de las inversiones productivas que una compañía puede hacer, de esta manera la finalidad de este estudio es determinar el nivel con el que cuentan los colaboradores de la Empresa Grupo Comar, S.A., así tener una visión clara y aportar el estudio a la misma; ya que como se mencionó, es importante para el desarrollo profesional.

En Guatemala se han realizado estudios referentes al tema de investigación, entre las cuales se mencionan:

Chavajay (2013) en la investigación tipo descriptiva en la que estudió los niveles de motivación laboral en trabajadores de Telesecundaria del reglón 022 y 189 en el departamento de Sololá. Evaluó por medio de la prueba psicométrica Escala de Motivaciones Psicosociales EMP, para comprobar los resultados utilizó el método estadístico de proporciones tomando en cuenta a 80 trabajadores de la modalidad de telesecundaria del renglón 189 del Banco Mundial y 022 del Ministerio de Educación. Concluyó que más del 90% de maestros tienen 3 altos niveles de motivacionales. Así mismo una de las recomendaciones fue que la Dirección Departamental de

Educación de Sololá, ejecute y administre los incentivos hacia el personal, para que los resultados del trabajo docente sean óptimos, eficaces y eficientes.

De forma similar Baquiax (2013) en el estudio descriptivo investigó si la motivación es una herramienta indispensable para el recurso humano dentro de las cooperativas, en el municipio de Totonicapán, Departamento de Totonicapán. El instrumento diseñado fue un censo, con boleta de encuesta dirigida a una muestra de quince colaboradores y dos gerentes de la Cooperativas de Ahorro y Crédito. De acuerdo con los resultados concluyó, que utilizan poco los incentivos económicos y no económicos enfocados al talento humano, por lo que recomendó implementar un programa de incentivos económicos y no económicos, y determinó que el motivar, es un elemento importante para incrementar el rendimiento laboral.

Es por ello que Cuesta (2013) hizo uso del estudio descriptivo transversal, investigó sobre la motivación docente, pretendió establecer la motivación personal y laboral de los maestros del programa de intercambio cultural que laboraba en un centro educativo privado en Guatemala. Para obtener los datos utilizó un cuestionario con Escala de Likert de 1-4, el número de sujetos fue con 25 extranjeros de la institución, con edades comprendidas entre 20 y 60 años de edad. Se concluyó con base en los resultados que los docentes del programa de intercambio cultural los factores que les motivaba en el área laboral, era la oportunidad de ahorro, en el área personal les motivaba el desarrollo personal, seguido por la busca de un cambio cultural. Se hizo una recomendación a la institución educativa para que los docentes del programa de intercambio cultural optaran planes de ahorro, realizando acuerdos con instituciones bancarias que les ofrecieran mejores tasas de interés. Se les sugirió lo beneficioso de implementar capacitaciones que contribuyan al desarrollo personal de los expatriados.

También Cutz (2013) investigó sobre la motivación en las industrias panificadoras de Quetzaltenango, y el objetivo fue determinar cuáles son las motivaciones en las empresas de esta rama. Para realizar el estudio necesitó el apoyo de 67 integrantes de panificadoras de las áreas – producción, ventas y gerentes- haciendo uso de boletas de opinión de los sujetos diseñado por el autor. Los resultados indicaron que los colaboradores no se sentían motivados, a pesar que los gerentes aseguraban sentir a sus subordinados muy a gusto, además se detectó que se carecía de un plan estructurado. A partir de esos datos y conclusiones se recomendó, que se realizaran evaluaciones con respecto al tema para el personal y lograr responder con éxito a los objetivos empresariales; capacitar a los gerentes sobre las teorías motivacionales ya que se veía desconocimiento en la práctica de las mismas; efectuar una revisión de actividades y funciones de los puestos, al notar un evidente poco conocimiento por parte de los colaboradores; considerar los factores y 5 técnicas motivacionales dentro de la planificación y coordinarlas, dentro de un plan para incentivar a los sujetos, haciendo uso de enfoques y planes motivacionales para la empresa y para los colaboradores.

Por otro lado Chavarría (2011), estudió cuáles eran las estrategias motivacionales para los empleados de producción de una empresa industrial orientada al sector construcción de la ciudad capital, el instrumento diseñado fue una boleta de encuesta que se aplicó a una muestra de 44 colaboradores del nivel operativo. En la investigación encontró deficiencias en el área 4 de motivación y deficiencias en la interrelación de los colaboradores por causa de la carencia de un programa de desempeño, por ello se recomendó trabajar en los sectores donde había debilidad, directamente referido al departamento de recursos humanos.

Por otra parte Gonzáles (2011), realizó una investigación de tipo descriptiva que tuvo como objetivo establecer los factores que influyen en la motivación de los trabajadores del departamento de servicio al cliente. Se tomó como muestra al personal del departamento de servicio al cliente de una empresa transnacional dedicada al transporte de carga, conformada por 37 sujetos de edades comprendidas entre 20 y 40 años de edad. A los sujetos se les aplicó el cuestionario de Escala de Motivaciones Psicosociales, que consta de 173 enunciados con respuestas de dos alternativas y para obtener los resultados, se utilizó la metodología estadística de medidas de tendencia central. Se concluyó que los factores que influyen en el personal del departamento de servicio al cliente son: el reconocimiento, la autoestima y realización. De la misma manera, se observó que las necesidades primarias están satisfechas y el aspecto económico no es el principal factor de motivación. Se recomendó a las gerencias involucradas tomar en cuenta la motivación como herramienta para el logro de objetivos y metas institucionales. Así también crear un manual de motivación laboral para el departamento en donde se enfoquen la misma, tanto intrínseca como extrínsecamente.

Un estudio realizado por Del Cid (2010), tipo descriptivo que tuvo como objetivo determinar los factores de motivación de personas que trabajan en un centro de llamadas (Call Center) y deciden laborar en jornada de turno nocturno. Se aplicó a la muestra un instrumento que medía los factores económicos, mercados laborales, adicción al trabajo y personal o familiar. La muestra se encontraba constituida por 32 sujetos que pertenecían a dos centros de llamadas, conformados por 25 hombres y 7 mujeres, se utilizaron las medidas de tendencia central y tablas de frecuencia como metodología estadística. En los principales resultados se encontró que la mayoría del talento humano, el factor que más influye para la elección de un horario nocturno es el económico, seguido por el deseo de desarrollo en la organización y la identificación de los colaboradores con el horario.

Se concluyó que las principales motivaciones para trabajar son la independencia y estabilidad económica, desarrollo profesional en la empresa y les gusta trabajar de noche. Se recomendó tomar en cuenta los factores motivacionales que el personal consideraba, para trabajar en un turno nocturno y focalizar un proceso de reclutamiento para este horario.

Así mismo Domínguez (2013) realizó una investigación descriptiva en la cual buscó conocer cómo influyen los incentivos monetarios y no monetarios en la motivación de sus colaboradores. El instrumento de recolección de información fue una boleta de opinión, se realizó con 42 trabajadores de restaurantes Casa Museo de la zona 3 de Quetzaltenango. El resultado dio a conocer que, a pesar de que existe una desmotivación económica, no lo es en otras áreas de los colaboradores, en sentido a la afiliación, deseo de desarrollo y motivación intrínseca. Se concluyó que no existe incentivos no monetarios, a pesar de esto persiste cierto grado de motivación, por lo que se establece que los incentivos no monetarios no influyen en la motivación para el desempeño laboral. De tal manera que se recomendó realizar una guía de incentivos no monetarios para el personal con el fin de maximizar la influencia extrínseca motivacional para un mejor desempeño laboral.

Así mismo, hay investigaciones a nivel internacional que muestran su interés en la motivación del colaborador, como las siguientes:

Por otra parte Bedodo y Giglio (2011) de la Universidad de Chile realizaron una investigación sobre motivación laboral y compensaciones con un estudio de orientación teórica que buscaba conocer y comunicar la relación entre motivación laboral y compensaciones. Por el tipo de estudio, de carácter bibliográfico, no hubo sujetos ni instrumentos al no ser una investigación de campo,

se realizó siguiendo cuatro fases de investigación: Búsqueda y Revisión Bibliográfica (I), Sistematización de información (II), Exponer hallazgos (III) y Análisis e Interpretación de Resultados (IV); luego de culminar la aplicación se logró determinar la relación con el tema estudiado con las compensaciones, así como los efectos positivos que tiene la gestión de ambos conceptos en un ambiente laboral.

Si bien es cierto Del Pozo (2011) estableció factores que influyen en la motivación de los trabajadores; llevó a cabo un proceso de tipo descriptivo en el departamento de servicio al cliente, utilizando como instrumento un cuestionario de escala de motivaciones que aplicó a 17 empleados del departamento de servicio al cliente en una transnacional dedicada a la carga aérea, marítima y terrestre. Los resultados indican que los factores que influyen en la motivación del personal son el reconocimiento y la realización, además que necesitan una oportunidad de desarrollo dentro de la empresa, para cumplir metas laborales y 4 Profesionales. Agregado a lo anterior, recomendó crear un programa de reconocimiento mensual, para premiar las buenas actitudes y desempeño. También implementó un método de retroalimentación positiva de las tareas que realizan, evitando las negativas.

En cuanto Camacho y Katime (2010) en Colombia realizaron un estudio donde abordaron el tema de motivación desde el punto de partida de una propuesta de un plan de comunicaciones internas de la empresa Dinissan. Este tuvo un enfoque mixto y los encuestados dentro del estudio fueron 17 jóvenes entre 25 y 35 años de edad que pertenecían al área administrativa y operativa. Los instrumentos utilizados fueron guías de observación, exploración, seguimiento, encuestas y un plan de comunicaciones interno diseñado para mejorar los niveles de motivación en el personal. Se evidenció que la comunicación y las excelentes relaciones entre el equipo de trabajo no sólo

dependen de la estructura y del uso de elementos de comunicación interna, sino además de la motivación que desde los cargos altos, se den en el mismo sentido.

Según el estudio de Vidaurre (2009), realizó una investigación de tipo transaccional descriptivo en El Salvador donde realizó un diagnóstico organizacional, para crear un punto de partida en el diseño de un programa de motivación laboral en una empresa de telecomunicaciones para resolver los problemas que el diagnóstico pudiera determinar. Se trabajó con los 110 colaboradores de la organización de los departamentos, haciendo uso de la escala de Likert para determinar los factores que se buscaba medir. Los resultados indicaron que la empresa requería la aplicación de acciones tácticas, para el fortalecimiento de la gerencia de Recursos Humanos, recomendación que se hizo al finalizar el estudio.

De igual manera Feo y Guzmán (2001), quienes desarrollaron una investigación descriptiva en el país de Chile, para proponer un plan de motivación laboral para los trabajadores del departamento de cobranzas Contact Center y contribuir al incremento de la productividad con base en la descripción de las características que afectan la motivación de los empleados. El total de sujetos incluidos dentro del estudio fue de 17, 6 directivos y 11 operativos; los instrumentos aplicados fueron guías de observación y cuestionarios cerrados, diseñados por las autoras. Los resultados del estudio determinaron que los colaboradores no se desempeñaban de forma efectiva y que se requería incluir en el plan de motivación laboral, los aspectos que les aquejaban. Por ello, recomendó la implementación del plan que contemplaba tres fases esenciales: Diseño de la estrategia de motivación laboral (Fase I), Implementación de las estrategias de la motivación laboral (II) y Evaluación y Control del Plan de Motivación Laboral (III).

Las investigaciones nacionales muestran la importancia que tiene el estudio de la motivación en los colaboradores de las empresas, e invitan a no descuidar los motivadores que tenga un colaborador, por otra parte los investigadores internacionales coinciden en el beneficio que trae a la empresa el implementar plan de motivación laboral para mejoras continuas.

Para profundizar en los aspectos motivacionales relacionados con el puesto de trabajo profesional, es importante conocer conceptos o teorías de otros autores, para que los/las colaboradores le encuentren sentido a la actividad laboral que realizan en la empresa.

1.1 Motivación

Rodríguez y Bonilla (2010), define motivación como la fuerza capaz de impulsar nuestra conducta siendo el motor para obrar a diario.

Santos (2011), menciona que las teorías motivacionales descubren los elementos que incitan la forma de actuar de las personas, comportándose de diferente manera. Esto por medio de un estudio.

Según Robbins y Coulter (2013), afirma que la teoría creada por Abraham Maslow es representada por una pirámide, la que muestra como dentro de cada persona existe una jerarquía de cinco necesidades, en donde se maneja paso a paso para llegar a la cúspide, la misma debe activar una necesidad de orden superior, por lo que primero debe satisfacer las necesidades principales.

Davis y Newstrom (1993) indica que la mayoría del comportamiento conscientes del ser humano, ocurren cuando existe la motivación de por medio.

Robbins (1998), define motivación como el impulso de realizar algo satisfaciendo necesidades individuales y dentro de las organizaciones los empleados motivados están impulsados por el deseo de alcanzar alguna meta que desean.

Wehrich, y Koontz, (2004) Define la motivación como deseos, anhelos y las necesidades que buscan ser satisfechas, es así, como en las empresas deben hacer énfasis en la motivación de los colaboradores para satisfacer esos impulsos y deseos.

Espada. (2003) Indica que la motivación es un factor emocional que todo ser humano posee, al estar motivados pueden realizar las tareas diarias con mayor satisfacción.

Chiavenato (2011) afirma que la motivación en el ser humano juega un papel importante en la vida diaria, cada individuo es diferente, es por ello que es difícil conocer y comprender que los mantiene motivados.

Para Porret (2010) la motivación es el motor que impulsa a una persona a realizar las cosas.

1.2 Motivación Laboral

Baron (1996) Indica que la motivación en el trabajo es el nivel de motivación para ejecutar, desarrollar y culminar las tareas de forma efectiva y correcta. Es por ello que motivar a los colaboradores ayudará a que realicen sus obligaciones de una manera satisfactoria.

Según Davis y Newstrom (2003), Expone acerca de esta teoría en cuanto a los colaboradores que se sienten a gusto en su trabajo, atribuyen esta situación a ellos mismos como un factor intrínseco y al estar insatisfechos lo convierten en factores extrínsecos. Los dos tipos de motivación tienen incidencia de distintas formas.

1.3 Satisfacción Laboral

Para Landy y Conte (2005) manifiesta que la satisfacción laboral requiere de una actitud positiva en cada uno de los colaboradores y a su vez es un estado emocional.

Robbins y Judge (2009) afirman que la satisfacción dentro del trabajo se refleja en el positivismo que las personas poseen al momento de realizar sus tareas diarias de una forma favorable; dependiendo en su totalidad del entorno de la organización en donde laboran.

Robbins (1998) menciona que la satisfacción laboral es la actitud que cada colaborador tiene en su trabajo, si éste está motivado tendrá actitudes positivas en cuanto a su desempeño.

Cabe mencionar que es importante tomar en cuenta la satisfacción laboral en los colaboradores, ya que de ello depende el rendimiento y mantengan una actitud positiva ante el desempeño que le corresponde,

1.4 Clima Organizacional de la Motivación

Es el ambiente interno que existe entre los miembros de una organización, depende del grado en que los sujetos puedan desempeñar sus labores, con base en la capacidad de adaptación de los colaboradores a diferentes situaciones que se presentan en el ámbito laboral; es por ello que indica de manera específica el ambiente que se vive en la empresa en un momento determinado.

Es por ello que Chiavenato, I. (2004) Describe que cuando tienen una gran motivación el clima motivacional, permite establecer relaciones satisfactorias de animación, interés, colaboración etc., tomando en cuenta que el talento humano realizará sus tareas de una manera satisfactoria.

1.5 Programas de motivación laboral

Dessler (2001), explica que además de motivar, los programas de participación reducen las posibilidades de que los problemas organizacionales se susciten provocando así, dificultades mayores como altos índices de rotación de personal; es por ello que este autor habla sobre la existencia de diferentes programas como herramientas que ayudan a fortalecer la estructura de la gestión del talento humano.

El autor indica sobre la importancia que tienen las actividades como la celebración de cumpleaños, las capacitaciones o bien ya sea el compartir una comida es clave esencial para relajar a los colaboradores y de esta forma evitar sentimientos de negatividad en contra de administradores de la institución.

1.6 Comunicación

Chiavenato (2000) afirma que el hombre desde su nacimiento es social, de esta manera se logra entender como el ser humano necesita socializar ya que es importante en la vida, hace que se relacione y tenga convivencia con las personas. Referente al ámbito laboral, el ser social como lo menciona Chiavenato que los colaboradores tengan la iniciativa de obtener información que contribuirá a solventar dudas, inquietudes o iniciativa al sistema de la empresa.

Koontz y Weihrich (2007) hacen ver que la comunicación es la información que una persona le traslada a otra. Es por ello que el informar hoy en día en las organizaciones es esencial ya que el fomentar un mensaje claro traslada una fuente verídica y hace que el talento humano conviva en un ambiente agradable, se debe gestionar de una forma correcta ya que permitirá mejorar el clima laboral como la motivación en los colaboradores.

1.7 Los Clientes

Representan las personas más importantes en una empresa, ya que a ellos es a quien se debe satisfacer brindándoles el mejor servicio y la atención adecuada.

Pérez (2006) existen diversos tipos de clientes, a continuación se mencionan:

- Los compradores, constituyen la relación más débil puesto que adquieren uno o dos de los servicios, pero a su vez son constantes.
- Los clientes frecuentes, utilizan el servicio que presta la empresa y de esta manera han formado un hábito; aportan el tipo normal de relación.
- Los clientes fidelizados constituyen el nivel más alto, ya que llegan a la organización a recibir un servicio y a su vez se sienten identificados con la empresa; de esta manera ellos recomiendan a nuevos clientes.

- Los clientes externos, son personas extrañas y ajenas a la empresa quienes adquieren un producto, siendo fuente de ingreso para la empresa.
- Los clientes internos, son las personas que trabajan para la empresa, son proveedores de servicios.

Es así como Álvarez (2004) dice que antes no era común que las empresas le prestaran la mejor atención al cliente siendo los colaboradores quienes no les tomaban importancia prestándoles un mal servicio no siendo cordiales ni practicando la amabilidad. Hoy en día los clientes son la clave principal de las empresas, para que estas se mantengan de pie ya que son quienes tienen la última palabra.

1.8 Atención al cliente

Blanco (2007) puntualiza la atención al cliente es un instrumento que ofrece un valor añadido a los productos ya que el objetivo principal es la satisfacción de ellos, lo cual contribuirá a complacer las necesidades y expectativas, sobre el producto que necesitan.

La atención al cliente es importante ya que al brindarles servicio adecuado ayudará a que visiten la empresa nuevamente, el mayor porcentaje de pérdidas en las organizaciones se debe a la inadecuada asistencia que se brinda, es por ello que es esencial disponer de personal capacitado para prestar el servicio oportuno ya que esto garantiza la satisfacción y aumentará tanto la confianza y las ventas estableciendo que, un consumidor satisfecho volverá.

Paz (2005) define que la atención al cliente abarca todas las actividades que posee la empresa para con sus clientes. El servicio de atención, reclamos, asistencia, etc.

1.9 Incentivos Monetarios y no Monetarios

Las organizaciones deben de mantener la relación de los incentivos y las aportaciones en debida correspondencia pues cada persona aporta a la organización en la medida que recibe los incentivos.

La organización está dispuesta a intervenir en incentivos siempre y cuando recibe a cambio el rendimiento esperado; en este intercambio permanente.

Chiavenato (2009) explica que una recompensa o incentivo es una gratificación, tangible o intangible, a cambio de la cual las personas asumen su membresía en la organización, y una vez en ella aportan su tiempo, esfuerzo y recursos personales. Toda organización debe estar atenta al equilibrio entre los incentivos y las aportaciones, ¿Qué significa este equilibrio? significa que las personas y las organizaciones están dentro de un sistema de relaciones de intercambio, es decir, las personas hacen aportaciones a la organización y reciben de ella incentivos o inductores; por lo tanto para las personas las aportaciones que hacen a la organización representa inversiones personales es decir producir para recibir la recompensa.

1.10 Satisfacción Laboral

La satisfacción laboral se refiere al gusto que se experimenta una vez cumplido el deseo de la necesidad de alcanzar algo. Es el cumplimiento de los requerimientos establecidos para obtener un resultado con un cierto grado de satisfacción para un individuo.

Robbins y Coulter (2013), señalan las tres clases de características del colaborador que afectan las percepciones del colaborador del debería ser: las necesidades, los valores y asgos personales.

Robbins y Coulter (2013), clasificaron los tres aspectos de la situación de empleo que afectan las percepciones del colaborador del debería ser:

- Las comparaciones sociales con otros empleados.
- Las características de empleos anteriores.
- Los grupos de referencia.

Robbins y Coulter, (2013) concluye que la satisfacción laboral ha sido definida como el resultado de varias actitudes que tiene un colaborador hacia su empleo, los factores concretos como la

compañía, el supervisor, compañeros de trabajo, salarios, ascensos, condiciones de trabajo y la vida en general. De modo que la satisfacción laboral es el conjunto de actitudes generales del individuo hacia su trabajo. Quien está muy satisfecho con su puesto tiene actitudes positivas hacia este; quien está insatisfecho, muestra en cambio, actitudes negativas. Al hablar de las actitudes de los trabajadores casi siempre se refiere a la satisfacción laboral; es habitual utilizar una u otra expresión indistintamente.

1.11 Rotación de Personal

Chiavenato (2002) la define como la salida de algunos empleados y la entrada de otros para sustituirlos en el trabajo. Las organizaciones experimentan un proceso continuo y dinámico de entalpia, es decir, entropía negativa para mantener su integridad y sobrevivir, lo cual significa que siempre se pierde energía y recursos, y requieren alimentarse de más energía y recursos para garantizar su equilibrio. La rotación se refiere al flujo de entradas y salidas de personas en una organización, es decir, las entradas de personas para compensar las salidas de personas de las organizaciones. A cada desvinculación, casi siempre corresponde la admisión de un sustituto como reposición.

1.12 Como combatir la Rotación

La rotación de personal es un problema grande en todas las organizaciones, ni un programa de incentivos, inducción acorde con el clima organizacional o políticas salariales evitarán que este problema disminuya lo único que se puede hacer es controlarlo para que no aumente y se salga de control.

Chiavenato (2005) si la rotación en niveles vegetativos es provocada por la organización para hacer substituciones en el sentido de mejorar el potencial humano existente, o sea, intercambiar parte de sus recursos humanos por otros recursos de mejor calidad encontrados en el mercado, entonces la

rotación se encuentra bajo control de la organización, es decir cuando ocurre independientemente de los objetivos de la organización, localizar los motivos que están provocando la desasimilación de los recursos humanos, a fin de que la organización pueda actuar sobre ellos y disminuir el volumen de expulsiones indeseables, llega a ser el problema básico. Esto se hace posible mediante la administración de ese sistema.

Cuando un empleado se encuentra insatisfecho hará mal su trabajo, sin motivaciones ni aspiraciones, o simplemente se irá a algún lugar donde sepan cómo se trata a los empleados valiosos. Por tanto es importante que los dirigentes conozcan cómo se sienten sus empleados, si tienen todo lo que necesitan para hacer su trabajo, es necesario que se les escuche, que se le atienda con simpatía, sin malas respuestas, sin sanciones, sin venganzas para que los mismos hablen con sinceridad, lo que permitirá obtener una fuente de información ilimitada, fresca e invaluable, que en términos económicos permitirá ahorrar mucho dinero.

Finalmente se acota que el talento humano dentro de la organización siempre debe encontrarse motivado, las empresas que desean obtener resultados óptimos, buscan implementar estrategias basadas en las teorías de motivación que conlleven programas que satisfagan las necesidades de los colaboradores ya que si ellos perciben que su trabajo y aportaciones son valiosos, la productividad se verá impactada de manera positiva, ya que este es un factor influyente en el éxito empresarial.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad existe competitividad empresarial particularmente en las organizaciones prestadoras de servicios por lo que la motivación es un factor fundamental, para mejorar procesos y obtener mayor rendimiento. Es importante mantener actitud positiva y sentir satisfacción del trabajo realizado, de los colaboradores que se encuentran como clientes internos dentro de la misma.

En las empresas, es necesario mencionar que un colaborador motivado es líder y estimula a su vez a los demás compañeros de trabajo, así mismo, genera cambios positivos y mejora su desempeño en cuanto a la atención al cliente ya que aporta entusiasmo, amabilidad y crea ambiente laboral satisfactorio. Para que un colaborador se sienta a gusto, es preciso mencionar que deben implementarse capacitaciones de acuerdo con el puesto de trabajo que ejerzan, se debe escuchar sugerencias, crear confianza para que se sientan parte de la empresa, involucrarlos y ceder para que sus opiniones sean escuchadas, reconocer sus triunfos y éxitos; así mismo celebrar logros y objetivos personales que cada uno de ellos se proponga a manera de hacerlos sentir personas capaces y esenciales para la misma y por otro lado sumado a lo anterior se debe establecer una política salarial de acuerdo a los puestos y tareas asignadas.

Cuando no existe la motivación en el trabajo empieza a decaer y el problema es evidente ya que los cambios que genera un personal no motivado se transforman en bajo rendimiento, inadecuada atención al cliente, talento humano desmotivados, rotación de personal, incumplimiento por parte de los que integran la empresa y sobre todo insatisfacción laboral. . Los problemas mencionados se presentan cuando los sujetos no se sienten bien en el trabajo y no cuenta con la actitud suficiente que lo impulse a satisfacer sus necesidades dentro del lugar donde laboran. Cabe mencionar que la falta de motivación no solo afecta a la organización puesto que

existe un cambio externo, la referencia al mayor consumidor “los clientes” se sabe que como entidad se debe de servir de la mejor manera para que las personas que visitan se sientan satisfechos y a gusto al visitar.

La motivación dentro de las organizaciones es la clave del éxito puesto que de ella depende que los colaboradores realicen sus actividades día con día de una manera eficaz y eficiente; es ahí donde se hace énfasis en los beneficios de los objetivos tanto de la empresa como del talento humano ya que se debe recordar que ellos integran el elemento principal para que una empresa tenga frutos. La empresa Grupo Comar, S.A. ubicada en la ciudad de Cobán, Alta Verapaz, tiene como finalidad el servir a los transportistas de la región norte del país brindándoles servicios de repuesto pesado.

Tomando en cuenta los factores que influyen en la motivación laboral, se planteó la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es el tipo de motivación que tienen los colaboradores, de la empresa Grupo Comar S.A.?

2.1 Objetivo General

Conocer el tipo de motivación laboral de los colaboradores de la Empresa Grupo Comar, S.A., para contar con una perspectiva situacional del mismo.

2.2 Objetivos Específicos

- Establecer el nivel de satisfacción laboral de los colaboradores, con su puesto de trabajo y con las condiciones que la empresa les ofrece.
- Conocer la percepción de los colaboradores, con relación a los incentivos monetarios que establecidos en la empresa.
- Identificar el nivel de aceptación y expectativa, que los colaboradores tienen, respecto a los incentivos no monetarios que se brindan en la empresa.

2.3 Elemento de estudio:

Motivación

2.4 Definición de Variable

2.4.1 Definición Conceptual

Wehrich, y Koontz, (2004) La motivación es 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, está relacionada con el impulso, porque éste provee eficacia al esfuerzo colectivo orientado a conseguir los objetivos de la empresa, pretender mejorar las direcciones con el propósito de realizarse profesional y personalmente.

2.4.2 Definición Operacional

Para efecto del estudio, se entiende como motivación laboral los estímulos que necesitan los colaboradores, para alcanzar metas u objetivos impulsándolos a realizar acciones que influyen a llevar a cabo las tareas en la empresa, la cual se ve reflejada en la percepción de los colaboradores a través de los factores; Satisfacción Laboral, Incentivos Monetarios, no Monetarios y Rotación de Personal.

2.5 Alcances y Límites

Con la finalidad de alcanzar los objetivos del estudio, la presente investigación se llevó a cabo mediante la aplicación de un instrumento a 18 sujetos que laboran actualmente en la Empresa Grupo Comar, S.A., la cantidad de hombres evaluados fueron 17 y mujeres 1. No existe un rango de edad establecido y se trabajó con colaboradores tanto de género masculino como femenino.

Esta investigación ayudará a conocer el tipo de motivación laboral de los colaboradores en cuatro aspectos motivacionales que son considerados importantes en la empresa para contar con una perspectiva situacional del mismo.

2.6 Aporte

Es una propuesta que tendrá como objetivo primordial promover altos niveles de motivación en los colaboradores de la empresa Grupo Comar, S.A. y con ello propiciar la mejora de atención al cliente.

Reconocer que la labor del talento humano es importante para realizar las tareas diarias, que cada uno de ellos logre alcanzar las metas planteadas por medio de la motivación que como empresa se les estará brindando.

Del mismo modo a los estudiantes de Psicología Industrial/ Organizacional del campus de la Verapaz, como material de consulta de futuras investigaciones, para realizar estudios relacionadas y para profundizar sobre factores que influyen en la motivación y el logro de la filosofía empresarial.

III Método

3.1 Sujetos

Los sujetos de estudio para el proceso investigativo lo conforman la población de colaboradores que laboran en la empresa Grupo Comar S.A., siendo un total de 18 comprendidos entre las edades de 18 a 36 años, género masculino y femenino quienes colaboran en diferentes puestos, ubicados de la siguiente manera:

TABLA #1

COLABORADORES DE EMPRESA GRUPO COMAR, S.A.		
PUESTO	HOMBRE	MUJER
Contabilidad	1	
Secretaria		1
Ventas	5	
Caja	1	
Despacho	3	
Entrega de Mercadería	2	
Bodega	2	
Reparto de Mercadería	2	
Limpieza	1	
TOTAL	18	

Fuente: Elaboración propia, investigación de campo, octubre 2015

3.2 Instrumentos

Se utilizará para la realización del estudio, un cuestionario dirigido a los colaboradores sobre la motivación en la Empresa Grupo Comar, S.A.

La herramienta se encuentra conformada por dieciséis ítems, con opción de respuesta de tipo Likert, de selección múltiple para lo que se presentan cuatro posibles respuestas por cada una: A (escasamente) B (A veces) C (Generalmente) D (Siempre).

La medición se relaciona con el nivel de motivación, con base en cuatro factores:

- Satisfacción Laboral
- Incentivos Monetarios
- Incentivos no Monetarios
- Rotación de Personal

El cuestionario está considerado para realizarse en un tiempo aproximado entre 10 y 15 minutos, la información obtenida fue de carácter confidencial, ya que los participantes no tuvieron que colocar su nombre.

Para establecer el nivel de Motivación Laboral se realizó dos escalas de medición, la primera corresponde a los factores de Satisfacción Laboral y Rotación de Personal y la segunda corresponde a Incentivos Monetarios e Incentivos no Monetarios.

ESCALA 1

SATISFACCIÓN LABORAL Y ROTACION DE PERSONAL

5-8	Muy Deficiente
9-12	Deficiente
13-16	Eficiente
17-20	Muy Eficiente

Fuente: Elaboración propia

ESCALA 2

INCENTIVOS MONETARIOS E INCENTIVOS NO MONETARIOS

3-4	Muy Deficiente
5-6	Poco Deficiente
7-8	Deficiente
9-10	Eficiente
11-12	Muy Eficiente

Fuente: Elaboración propia

3.3 Procedimiento

Se llevaron a cabo los siguientes pasos para la investigación:

1. Selección del tema a investigar
2. Elección del instrumento de evaluación
3. Presentación para aprobación
4. Realización del planteamiento del problema
5. Definición de los objetivos, tanto general como específicos
6. Elaboración de los alcances y límites
7. Elaboración del Método
8. Se elaboró el capítulo de introducción
9. Se solicitó la autorización del anteproyecto
10. Se elaboró el índice con los temas que se elaboran dentro de la tesis
11. Se clasificó las referencias bibliográficas por orden alfabético
12. Se aplicó el instrumento a la población seleccionada
13. Elección del proceso estadístico a seguir para la validación y calificación de la prueba elaborada
14. Desarrollo e interpretación y análisis de los resultados
15. Se tabularon los resultados
16. Se realizó el proceso estadístico
17. Se trabajó capítulo de conclusiones
18. Se ejecutó capítulo de recomendaciones
19. Se añadió bibliografía
20. Se completó los anexos

3.4 Tipo de Investigación, diseño y metodología estadística

La presente investigación de tipo descriptiva, consiste en llegar a conocer las costumbres, situaciones y las actitudes través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

Se presentaron las gráficas estadísticas, siendo en su mayoría circulares. Estas determinaron el grado de motivación que poseen los colaboradores que integran la Empresa Grupo Comar, S.A.

Según Achaerandio (2010) la investigación descriptiva: es aquella que tiene por objetivo estudiar, interpretar lo que aparece, lo que es el fenómeno.

IV. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

A partir de la aplicación del instrumento, Cuestionario dirigido a los colaboradores de la empresa Grupo Comar, S.A., cabe indicar que la recopilación se realizó mediante la hoja de respuestas en donde se muestra por medio de niveles, los factores que motivan a las personas dentro de la organización. Por lo que se dan a conocer las gráficas con la debida interpretación, análisis e inferencia estadística.

SATISFACCIÓN LABORAL

TABLA #2

SATISFACCIÓN LABORAL			
Escasamente	1	2	2%
A veces	2	5	6%
Generalmente	3	9	10%
Siempre	4	74	82%
		90	100%

Fuente: Elaboración propia, investigación de campo, octubre 2015

GRÁFICA #1



Se observa que en su mayoría, el personal se encuentra motivado por las labores que realiza (82%), existe una paridad entre los sujetos que indican que la motivación es a veces y escasamente estimulante (6% y 10%), únicamente el 2% no califica como positivo.

INCENTIVOS MOENTARIOS

TABLA #3

INCENTIVOS MONETARIOS			
Escasamente	1	4	7%
A veces	2	10	19%
Generalmente	3	6	11%
Siempre	4	34	63%
		54	100%

Fuente: Elaboración propia, investigación de campo, octubre 2015

GRÁFICA #2



Se percibe que el 74% de los colaboradores se sienten satisfechos con los incentivos monetarios que reciben de la empresa, esto influye en la motivación laboral de cada uno de los sujetos. El 26% no califica como positiva los incentivos no monetarios.

INCENTIVOS NO MONETARIOS

TABLA #4

INCENTIVOS NO MONETARIOS			
Escasamente	1	2	4%
A veces	2	6	11%
Generalmente	3	6	11%
Siempre	4	40	74%
		54	100%

Fuente: Elaboración propia, investigación de campo, octubre 2015

GRÁFICA #3



Se demuestra que para los colaboradores de la empresa es importante la aplicación de incentivos no monetarios, el 85% indica que al recibirlos se sienten motivados para realizar las actividades, 15% no encuentra positivo el factor.

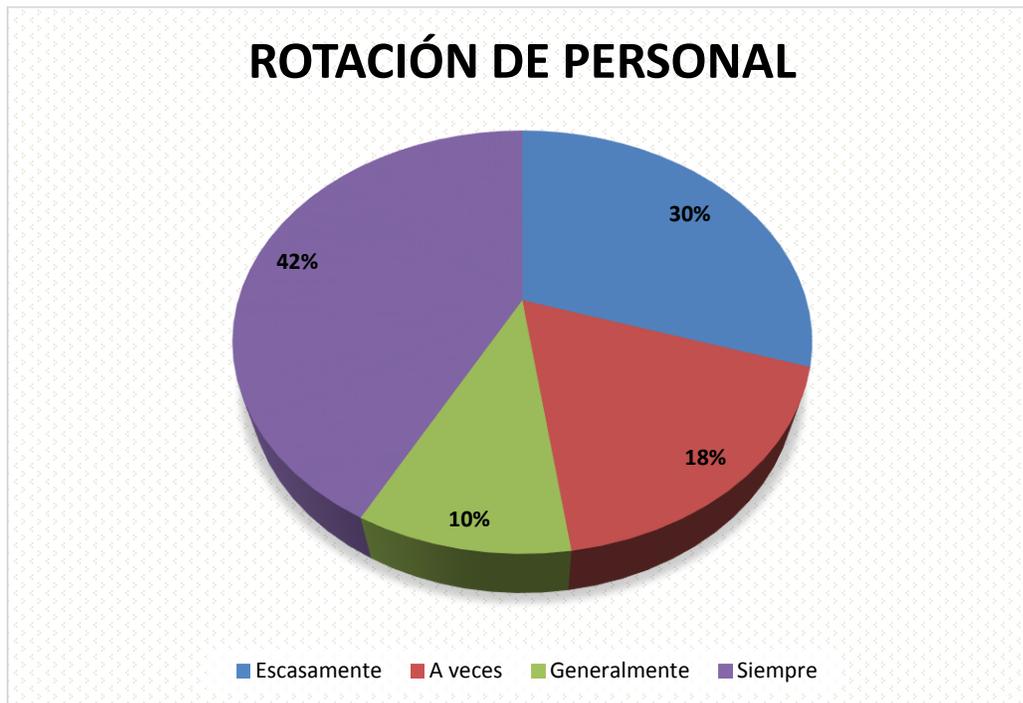
ROTACIÓN DE PERSONAL

TABLA #5

Rotación de Personal			
Escasamente	1	27	30%
A veces	2	16	18%
Generalmente	3	9	10%
Siempre	4	38	42%
		90	100%

Fuente: Elaboración propia, investigación de campo, octubre 2015

GRÁFICA #4



En el caso del factor Rotación de Personal, se observa que el 52% se encuentran a gusto con el puesto de trabajo, el 48% no califica como aceptable el factor.

CÁLCULOS DE MEDIDA DE TENDENCIA CENTRAL

TABLA #6

	SATISFACCIÓN LABORAL	INCENTIVOS MONETARIOS	INCENTIVOS NO MONETARIOS	ROTACIÓN DE PERSONAL
MEDIA	18.61	9.89	10.67	13.22
MODA	20	10	12	14

Fuente: Elaboración propia, investigación de campo, octubre 2015

La tabla anterior refleja los cálculos de las medidas de tendencia central para cada uno de los factores, considerando que entre más alto sea el factor, este se encontrará mejor desarrollado; se determina que promedio y nota mejor posicionada siendo el factor Satisfacción Laboral y el menos desarrollado es Incentivos Monetarios y medianamente desarrollados Incentivos no monetarios y Rotación de Personal.

V. DISCUSIÓN

Con base en los hallazgos se devela que la motivación es un factor fundamental en el personal para el incremento de la calidad de servicio, lo es también para que el rendimiento laboral y emocional de un individuo para que sea productivo, ya que la clave principal es incentivar a los colaboradores para que exista auténtico liderazgo y desarrollo profesional. Según Wehrich, y Koontz, (2004) La motivación es 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, está relacionada con el impulso, porque éste provee eficacia al esfuerzo colectivo orientado a conseguir los objetivos de la empresa, a pretender mejorar las direcciones con el propósito de realizarse profesional y personalmente.

Es por ello que en esta investigación se planteó como objetivo conocer el nivel de motivación que tienen los colaboradores, de la empresa Grupo Comar, S.A., así como también los objetivos específicos establecer el nivel de satisfacción laboral de los colaboradores, con su puesto de trabajo y con las condiciones que la empresa les ofrece, conocer la percepción de los colaboradores, en relación con los incentivos monetarios que establecidos en la empresa e identificar el nivel de aceptación y expectativa, que los colaboradores tienen, respecto a los incentivos no monetarios que se brindan en la empresa.

El presente estudio ha logrado dar a conocer el desarrollo de cuatro factores esenciales, siendo los siguientes: Satisfacción laboral, Incentivos Monetarios, no Monetarios y Rotación de Personal, considerándose factores importantes dentro de la organización de una empresa.

Cuesta (2013) realizó un estudio para conocer la motivación personal y laboral de los maestros del programa de intercambio cultural en una Institución privada de Guatemala, para el efecto utilizó un cuestionario con escala de Likert de 1-4 haciendo uso de factores para medir la motivación; cabe mencionar que el cuestionario utilizado en ambas investigaciones permitieron medir actitudes y conocer el grado de conformidad con el encuestado con la información que se les solicitó.

La evaluación de los factores arrojó datos que permiten conocer con claridad el nivel de motivación laboral que tienen los colaboradores, de la empresa Grupo Comar, S.A., la literatura al respecto indica que si hay motivación, habrá buen desempeño laboral y un buen servicio en la empresa. Espada (2003) indica que la motivación es un factor emocional que todo ser humano posee, al tener actitudes positivas pueden realizar las tareas diarias con mayor entusiasmo. Luego de realizada la tabulación de los resultados se han encontrado evidencias de desempeño de cada uno de los factores de la siguiente forma:

Posteriormente, la Satisfacción Laboral fue un factor considerado como muy eficiente, estos resultados revelaron que el 82% de los sujetos aprecian que la empresa le presta interés a la motivación, de igual manera para los encuestados la satisfacción se encuentra presente ya que valoran su labor y consideran desempeñarla con la actitud adecuada y positiva, reflejado en las actividades que realizan como equipo, iniciativa y otras características encontradas; De esa manera Davis y Newstrom (1993) indican que el comportamiento consciente del ser humano, ocurre cuando existe motivación de por medio. Según Landy y Conte (2005) manifiestan que la satisfacción laboral requiere de una actitud positiva en cada uno de los colaboradores y la cual es su vez es un estado emocional, de modo que al estar satisfechos en el trabajo, encuentran un conjunto de actitudes generales hacia las actividades que realizan; lo que hace coincidir los

resultados de esta investigación con lo anterior, ya que la mayor parte del personal se sienten complacidos con el trabajo realizado dentro de un ambiente agradable, participando en actividades en grupo.

El segundo factor según los resultados es Incentivos Monetarios siendo importante ya que los colaboradores se sienten motivados obteniendo beneficios económicos, gratificaciones monetarias adicionales, entre otros. Sobre la base de las ideas expuestas en el presente estudio el 74% del personal afirma recibir incentivos monetarios; como seguimiento a estas actividades, para que realmente sean efectivas, los programas de incentivos diseñados por las empresas deben tener una serie de requisitos: ser claros, concretos y fáciles de entender por los colaboradores siendo beneficiosos tanto para los trabajadores como para la organización resultando motivadores para los sujetos. Chavajay (2013) por su parte encontró la importancia de administrar los incentivos hacia el personal de telesecundaria para obtener resultados óptimos, eficaces y eficientes de los docentes. Ante estas definiciones, se puede observar que es necesario poner énfasis en mejorar este factor; tomando en cuenta que a pesar de ser un factor bien evaluado, el mismo es susceptible de mejora.

El tercer factor, Incentivos no Monetarios los resultados obtenidos por la investigación indican que el 85% mostró que al recibir agradecimientos verbales cuando realizan reuniones son incentivos que los motiva a realizar su trabajo eficientemente, sintiéndose importantes para la empresa. Por su parte Bedodo y Giglio (2011) de la universidad de Chile realizaron un estudio de carácter biológico, los autores indicaron que existe una relación significativa entre la motivación laboral y las compensaciones e incentivos no monetarios. Es así como esto coincide en ambos estudios ya que la empresa incentivando a sus colaboradores con reconocimiento hacia su trabajo

por parte de los altos mandos; dando a conocer el esfuerzo de realizar las actividades de una manera correcta; los sujetos ofrecen lo mejor para beneficio de la organización.

El último factor, según los resultados es de Rotación de Personal, los resultados indican que el 52% de los colaboradores están satisfechos laborando para la institución en su puesto de trabajo. Fue también relevante el conocer que se sienten realizados profesionalmente y se visualizan laborando para la empresa en un largo plazo; para lograr que no exista rotación dentro de la organización se debe dar seguimiento a las capacitaciones y evaluar eventualmente al personal. Dessler (2001), habla sobre la existencia de diferentes programas, como herramientas que ayudan a fortalecer la estructura de la gestión del talento humano. Lo que hace encajar los resultados obtenidos ya que la empresa se preocupa por mantener a los sujetos a gusto en sus puestos de trabajo.

Es por ello, que con base en lo explicado anteriormente se determinó que existe afinidad con diversas investigaciones que fundamentan este estudio y que se vinculan con las investigaciones propuestas por otros autores. Se observa además, que al tener al personal motivado la empresa y sus servicios serán productivos; debiendo reconocer los esfuerzos y cultivando a los colaboradores sobresalientes, para que de ese esfuerzo extra que permita obtener clientes fidelizados y satisfechos con el servicio que se brinda, de manera que lo descrito, establece un papel fundamental en la motivación de los sujetos y de esa manera se alcance los objetivos trazados por la empresa.

IV. CONCLUSIONES

- El nivel de motivación identificado en los colaboradores de la empresa se encuentra en un nivel medio.
- La Satisfacción Laboral de los colaboradores de la empresa Grupo Comar, S.A., se encuentra altamente estable, considerándose como el factor más elevado en según los resultados.
- Para los colaboradores de la empresa los Incentivos Monetarios son importantes para sentirse motivados.
- Es importante según lo manifestado por los colaboradores que se mantenga los Incentivos no Monetarios que la empresa brinda.
- La Rotación de Personal se calificó como eficiente, cabe mencionar la importancia que requiere el hacer que permanezcan las personas en la empresa en cada una de las áreas que le corresponde.

VII. RECOMENDACIONES

- Realizar un estudio con frecuencia en la empresa para lograr mantener en una escala favorable la motivación y encontrar posibles mejoras o reforzamiento para cada uno de los colaboradores con el objetivo de permanecer en una escala favorable.
- La Satisfacción Laboral es el factor con calificación más alta, sin embargo se debe dar seguimiento ya que la organización debe enfocarse en la mejora continua.
- Implementar un plan de Incentivos Monetarios, logrando hacer que los colaboradores se mantengan motivados, mejorando el desempeño laboral.
- Establecer estrategias que permitan continuar fortaleciendo los Incentivos no Monetarios, creando entusiasmo y motivación en el talento humano.
- Brindar capacitaciones y programas que ayuden a la estabilidad emocional como laboral, motivando para lograr la máxima retención, evitando la Rotación de Personal.

IV. REFERENCIAS

- Achaerandio, L. (2010). *Iniciación a la Práctica de la Investigación. Tesis*. Guatemala: Universidad Rafael Landivar.
- Álvarez, J. (23 de 04 de 2015). *Bases para desarrollar con éxito una cultura de servicio*. Obtenido de <http://www.Rrhhmagazine.com/inicio.asp>
- BaquiAx. (25 de 04 de 2015). *Motivación como herramienta para el recurso humano dentro de las cooperativas de ahorro y crédito en la ciudad de Totonicapán*. Obtenido de Tesis Rafael Landivar: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/01/01/BaquiAx-Edvin.pdf>
- Baron, R. (1996). *Psicología*. México: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Blanco, A. (2007). *Atención al cliente*. Madrid: Pirámide.
- Camacho, A., & Katime, I. (12 de 05 de 2015). *Propuesta de un plan de comunicaciones internas orientado a la motivación de los empleados de la Empresa Dinissan Santa Marta*. Obtenido de Tesis de Licenciatura, Universidad Sergio Arboleda: http://www.usergioarboleda.edu.co/encontexto/material/trabajos_de_grado/propuesta_plan_comunicacion_motivación_empleados_dinnisan.pdf
- Chavajay. (8 de 04 de 2015). *Niveles de motivación laboral en trabajadores de telesecundaria del reglón 022 y 189 en el departamento de Sololá*. Obtenido de Tesis de Licenciatura, Universidad Rafael Landivar: Niveles de motivación laboral en trabajadores de telesecundaria del reglón 022 y 189 en el departamento de Sololá. Tesis Universidad Raf <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/05/22/Chavajay-Diana.pdf>
- Chavarria, J. (13 de 3 de 2015). *Estrategias motivaciones para los empleados del área de producción de una empresa industrial orientada al sector de la construcción ubicada en la ciudad capital*. Obtenido de Tesis de Licenciatura, Universidad de San Carlos de Guatemala: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_3976.pdf
- Chiavenato, I. (2000). *Administración de Recursos Humanos*. México: Editorial McGraw Hill.
- Cuesta, C. (28 de 04 de 2015). *Motivación personal y laboral de los maestros del programa de intercambio cultural que laboran en una institución en la Ciudad de Guatemala*. Obtenido

de Tesis de Licenciatura, Universidad Rafael Landívar:
<http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/05/43/Cuesta-%20Cristina.pdf>

Cutz, P. (18 de 02 de 2015). *La motivación en empresas panificadoras de la ciudad de Quetzaltenango*. Obtenido de Tesis de Licenciatura, Universidad Rafael Landívar:
<http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/01/01/Cutz-Pedro.pdf>

Davis, K., & Newstrom, J. (1993). *Comportamiento humano en el trabajo*. México: McGraw Hill.

Del Pozo, C. (21 de 03 de 2015). *Factores que influyen en la Motivación de los trabajadores del departamento de servicio al cliente*. Obtenido de Tesis de Licenciatura, Universidad Rafael Landívar: <http://biblio2.url.edu.gt/Tesis/05/43/Gonzalez-Claudia/Gonzalez-Claudia.pdf>

Dessler, G. (2001). *Administración de Personal*. México: Pearson Educación.

Espada, M. (2003). *La motivación Nuestro motor emocional*. Madrid España : Días de Santos .

González, C. (10 de 06 de 2015). *Factores que influyen en la motivación de los trabajadores del departamento de servicio al cliente*. Obtenido de Tesis. Universidad Rafael Landívar:
http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_3976.pdf

Koontz, H., & Weihrich, H. (2007). *Elementos de administración, un enfoque internacional*. México: McGraw-Hill Interamericana.

Landy, F., & Conte, J. (2007). *Psicología Industrial*. México: McGraw Hill.

Maldonado, L. (12 de 03 de 2015). *Motivación para mejorar la productividad en la imprentas de la ciudad de Quetzaltenango*. Obtenido de Tesis, Universidad Rafael Landívar:
<http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/01/01/Maldonado-Luis.pdf>

Paz, R. (2005). *Servicio al cliente: La comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente*. España: Ideas Propias.

Pérez, T. (2006). *Calidad Total en la atención al cliente: Pautas para garantizar la excelencia en el servicio*. España: Ideas propias.

Porret, M. (2010). *Gestión de personas: manual para la gestión del capital humano en las organizaciones*. España: ESIC Editorial.

Robbins, S. (1998). *Comportamiento Organizacional*. México: Prentice – Hall, Hispanoamericana S.A.

Robbins, S., & Coulter, M. (2013). *Administración un empresario competitivo*. México: Pearson Prentice Hall.

Robbins, S., & Coulter, M. (2013). *Administración un empresario competitivo*. México: Pearson Prentice Hall.

Robbins, S., & Judge, T. (2009). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson Educación.

Rodríguez, M., & Bonilla, R. (15 de 03 de 2015). *La motivación en el mundo del trabajo*. Obtenido de <http://oser.wikispaces.com/file/view/MOTIVACI%C3%93N+EN+EL+MUNDO+DEL+TRABAJO.pdf>

Santos, J. (16 de 04 de 2015). *Las teorías de la motivación, necesidad (contenido), cognitivas(proceso) y refuerzo*. Obtenido de <http://ciclog.blogspot.com/2011/09/las-teorias-de-la-motivacion-necesidad.html>

Vidaurre, R. (2009). *Diagnóstico del clima organizacional en una empresa de Telecomunicaciones de El Salvador*. El Salvador: Univerdad Dr José Matías Delgado.

Wehrich, H., & Koontz, H. (2004). *Administración una Perspectiva global*. México: MC Graw Hill.

ANEXO 1



FICHA TÉCNICA	
NOMBRE DEL INSTRUMENTO	“Cuestionario dirigido a colaboradores”
AUTOR	María del Carmen García García de Cabrera, Tesis "MOTIVACIÓN LABORAL EN COLABORADORES DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA DEL DEPARTAMENTO DE ZACAPA." Instrumento: Cuestionario dirigido al personal docente de institución educativa privada de Zacapa
AÑO DE ELABORACIÓN	Año 2015
ORIGEN	Departamento de Zacapa
DIRIGIDO	Colaboradores del área operativa
CONTENIDO	Cuenta con 16 preguntas para determinar el nivel de motivación que tienen en función a la empresa
FACTORES	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción Laboral • Incentivos Monetarios • Incentivos no Monetarios • Rotación de Personal
FORMA DE APLICACIÓN	Auto aplicación del instrumento
TIEMPO DE APLICACIÓN	10 a 15 minutos
ADMINISTRACION	Individual

Fuente: García (2015)



Campus San Pedro Claver S.J. de la Verapaz
Facultad de Humanidades
Licenciatura en Psicología Industrial/Organizacional
Décimo Semestre

Cuestionario dirigido a Colaboradores

Buen día, soy estudiante de la Facultad de Humanidades de la carrera de Psicología Industrial/Organizacional, realizo una investigación sobre motivación de los colaboradores de la Empresa Grupo Comar,S.A.

Objetivo: Contribuir a la mejora de la motivación laboral en el que usted trabaja actualmente.

Instrucciones: Deberá marcar con una “X” el grado que mejor describa o más se adecue a su respuesta, únicamente puede marcar una opción.

GRADO	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
A	Escasamente	1
B	A veces	2
C	Generalmente	3
D	Siempre	4

Elemento de Estudio: Motivación

Indicador: Satisfacción Laboral

No.	Pregunta	A	B	C	D
1	Me identifico con misión, visión, valores y objetivos de la institución.				
2	Conozco los objetivos de mi puesto de trabajo y los aplico en mis funciones y actividades.				

3	Me siento satisfecho con el trabajo que realizo.				
4	Me gusta participar en actividades en grupo.				
5	El ambiente en el que desarrollo mis actividades es agradable.				

Indicador: Incentivos monetarios

No.	Pregunta	A	B	C	D
6	Los beneficios económicos que recibo en mi empleo satisfacen mis necesidades básicas.				
7	Las gratificaciones monetarias adicionales son importantes para mantener mi entusiasmo dentro de mi trabajo.				
8	Considero que la organización debe aplicar una política de incentivos monetarios adicionales al trabajo.				

Indicador: Incentivos no monetarios

No.	Pregunta	A	B	C	D
9	Me gustaría que la institución incentivara a sus colaboradores con agradecimientos verbales, o reconocimiento público.				
10	Recibo unos agradecimientos verbales cuando hay reuniones de colaboradores.				
11	Pienso que la institución debe de aplicar una mayor cantidad de reconocimiento para motivarnos.				

Indicador: Rotación de Personal

No	Pregunta	A	B	C	D
12	Me siento satisfecho con mi puesto de trabajo.				
13	He permanecido laborando siempre en el mismo puesto.				
14	Me siento realizado profesionalmente en mi puesto de trabajo.				
15	No he considerado buscar una nueva oportunidad laboral con el mismo salario.				
16	Me visualizo laborando para la institución en un largo plazo.				

Fuente: García (2015)

Muchas gracias por su colaboración

ANEXO 2



GRUPO COMAR, S.A.
NIT. 3597634-9
11 Avenida, Diagonal, 3-13, Zona 2
Tel: 7951-0473 Fax. 7952-1434
Cobán, A.V.



Cobán, Alta Verapaz, agosto 17 del 2015



A QUIEN INTERESE:



Por este medio hago constar que Grupo Comar, S.A. autoriza a la señorita Shamira Urizar Awe, estudiante de la carrera de Psicología Industrial/Organizacional de la Universidad Rafael Landívar; el utilizar tanto el nombre de la empresa como la empresa en sí para recaudar información y realizar la investigación necesaria en cuanto a la elaboración de su tesis.



Sin nada más que notificarle, me despido de usted.



Atentamente,

Pedro Emmanuel Córdova Marroquín
Gerente General



GRUPO COMAR, S. A.
NIT.: 3597634-9