

# FACULTAD DE NEGOCIOS



Carrera de Administración

“La Motivación laboral en las agencias bancarias  
del sector financiero de Lima Norte, 2019”

Tesis para optar el título profesional de:

**Licenciado en Administración**

Autor:

LEONARDO ALEXANDER SAAVEDRA JAIMES

Asesor:

Mg. Lic. LUIS EDGAR TARMEÑO BERNUY

Lima - Perú

2019

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto, el que me acompaña en todo momento y me ilumina a seguir adelante. A mí hijo Ian Zaid a mi novia Jhosselyn Mishelle por su apoyo incondicional, por la motivación constante que me dan. A mis padres, Saavedra Canchis Luis y Jaimes Vasquez María; ya que ellos me inculcaron valores para ser una persona de bien, y por el inmenso amor que me otorgan y el gran apoyo que me brindaron para mi desarrollo personal y profesional.

## AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer en primer lugar a Dios por cuidarme y darme la oportunidad de cumplir este logro que es muy importante para mí. A mi familia, por su apoyo incondicional y sacrificio durante todo este proceso de aprendizaje. Al profesor Luis Tarmeño, por su asesoramiento, orientación y guía para poder desarrollar mi tesis. A mis amigos que estuvieron ahí, acompañándome en todo momento y dándome mensajes de aliento.

## Tabla de contenidos

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	6
<b>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN</b>	<b>9</b>
1.1. Realidad Problemática	9
1.2. Formulación del Problema	22
1.3. Objetivos	22
1.3.1. Objetivo General	22
1.3.2. Objetivos Específicos	22
<b>CAPÍTULO II: METODOLOGÍA</b>	<b>24</b>
2.1. Tipo de Investigación	24
2.2. Población y Muestra	25
2.3. Técnica e instrumento de recolección y análisis de datos.	25
2.4. Procedimientos	27
<b>CAPÍTULO III: RESULTADOS</b>	<b>29</b>
<b>CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES</b>	<b>37</b>
4.1. Discusiones	37
4.2. Conclusiones	42
REFERENCIAS	44
ANEXOS	<b>46</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla n°1.</b> Nivel de motivación laboral en las agencias bancarias del sector financiero del Lima Norte, 2019	29
<b>Tabla n° 2.</b> Nivel de la dimensión necesidad de protección y seguridad en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019	31
<b>Tabla n°3.</b> Nivel de de necesidad social y de pertenencia en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019	32
<b>Tabla n°4.</b> Nivel de autoestima en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019	34
<b>Tabla n°5.</b> Nivel de autorrealización en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019	35

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura n° 1.</b> El efecto de los factores higiénicos y Motivacionales	18
<b>Figura n°2.</b> Pirámide de las necesidades humanas de Maslow y sus implicaciones	20
<b>Figura n°3.</b> Grafico de barras para medir la variable Nivel de Motivación Laboral	30
<b>Figura n°4.</b> Grafico de barras para medir la dimensión Necesidad de Protección y Seguridad	31
<b>Figura n°5.</b> Grafico de barras para medir la dimensión Necesidad Social y de Pertenencia	33
<b>Figura n°6.</b> Grafico de barras para medir la dimensión Necesidad de Autoestima	35
<b>Figura n°7.</b> Grafico de barras para medir la dimensión Necesidad Autorrealización	37

## RESUMEN

Se realizó la investigación titulada " La motivación laboral en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019" cuyo objeto de estudio fue determinar el nivel de motivación laboral en las agencias bancarias del sector financiero es decir que tan motivados están para lograr sus propios objetivos y los de la empresa, se considero como muestra a 20 especialistas del rubro bancos del área del área comercial y operativa considerando que es una muestra no probabilista ya que no son estadísticamente representativo de una población, adicional a ello los ya mencionados son profesionales, conocedores de nuestra variable a investigar y quienes en base a su experiencia nos darán respuesta a nuestra problemática . Los datos se recolectaron mediante la técnica de la encuesta usando como instrumento al cuestionario, conformado por 20 preguntas. La validación del instrumento se realizó por medio de Juicio de expertos y la confiabilidad del mismo se calculó a través del coeficiente Alfa de Cronbach, la creación de dicho instrumento fue hecha por Marshall Sashkin, quien se inspiró en la teoría de las necesidades de Maslow. Luego de obtener todos los datos, estos fueron procesados y analizados en el programa estadístico SPSS. Teniendo como conclusión que existe un bajo nivel de motivación laboral en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, ya que es posible que estas entidades no estén tomando la variable con la importancia que se merece, el resultado es un poco lo que nos refleja el último informe lanzado por Great Place to Work, ya que son muy pocas las entidades del sector financiero en el rubro bancos que se encuentran liderando la lista.

**Palabras claves:** Motivación, Necesidades, Resultados, Objetivos, Autorrealización, Autoestima.

### ABSTRACT

The research entitled "Work motivation in the banking agencies of the financial sector of Lima Norte, 2019" was conducted, whose object of study was to determine the level of work motivation in the banking agencies of the financial sector, that is, how motivated are to achieve its own objectives and those of the company, it was considered as a sample to 20 specialists, considering that it is a non-probabilistic sample since they are not statistically representative of a population, in addition to that those already mentioned are professionals, knowledgeable about our variable to investigate and who, based on their experience, will give us an answer to our problem. The data was collected using the survey technique using the questionnaire as a tool, consisting of 20 questions. The validation of the instrument was made through Expert judgment and the reliability of the same was calculated through the Cronbach's Alpha coefficient, the This instrument was made by Marshall Sashkin, who was inspired by Maslow's theory of needs. After obtaining all the data, these were processed and analyzed in the statistical program SPSS. Having as conclusion that there is a low level of work motivation in the banking agencies of the financial sector of Lima Norte, since it is possible that these entities are not taking the variable with the importance it deserves, the result is a bit what reflects us the last report launched by Great Place to Work, since there are very few entities in the financial sector in the banking sector that are leading the list.

**Keywords:** Motivation, Needs, Results, Objectives, Self-realization, Self-esteem.



## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad Problemática

En la actualidad las empresas han cambiado la ideología de ser solo compañías que generan productos, a ser entidades que reconocen el trabajo de sus colaboradores quienes finalmente son los que están detrás de dicha producción, y que han tomado un gran protagonismo. Por ello se ha considerado a la motivación como un factor importante dentro de una organización. En el mundo, consultoras como Great Place To Work, muy conocido porque ofrecen asistencia a corporaciones de 45 países en los cinco continentes, y que se encargan de analizar y evaluar a una empresa para lograr ser excelentes lugares de trabajo para sus colaboradores, consideran que la confianza, el orgullo y el disfrute que las empresas le ofrecen a su gente, son pilares fundamentales para sacar la creatividad y competitividad de cada uno de ellos, entonces la motivación juega un papel crucial en la gestión de personas.

En tal sentido se coincide con Olvera (2013) que para que un individuo realice una tarea; deben concurrir tres requisitos: que el individuo pueda hacerlo (medios), que tenga conocimientos para hacerlo (habilidades y aptitudes) y que quiera hacerlo (motivación), es por ello que para poseer la clave del comportamiento humano es necesario poseer la clave de la motivación; cabe recalcar que si una persona logra conectarse y satisfacer sus necesidades dentro de una empresa, este se sentirá comprometido y brindará una buena calidad en el servicio, esto se verá reflejado en la atención, empatía, etc. Como ejemplo mundial tenemos solo tenemos a una entidad financiera, quien se cataloga como la única entidad del sector financiero donde sus colaboradores respondieron que es un excelente lugar de trabajo para desempeñarse profesionalmente, según el resultado hecha por la consultora Great Place To Work al cierre del año 2018, la motivación es lo que impulsa al individuo a realizar una determinada actividad o a responder con un comportamiento u otro ante una situación concreta.

En el Perú en la actualidad, la motivación laboral representa una de las variables más influyentes en el comportamiento del trabajador, esto genera preocupación en las empresas, ya que muchos jóvenes al ingresar a trabajar se encuentran con una insatisfacción laboral, eso es porque las empresas no satisfacen o cubren sus necesidades, para ello debemos entender que la motivación no responde a si el colaborador tiene o no un buen sueldo, esta variable es relativa ya que va mucho más allá de ello, puesto que el colaborador puede tener buenos ingresos, pero no tiene un trabajo donde se sienta a gusto, es por eso, que el análisis de las encuestas realizadas por la consultora Great Place To Work en el Perú hechas al cierre del año 2018; donde su población fue de 151,344 colaboradores de 179 organizaciones de diferentes sectores, lidero en un 16% el sector financiero, realidad que veremos a lo largo del presente trabajo de investigación.

Existe solo una entidad financiera que resulto 4to lugar dentro del cuadro general donde compiten todas las organizaciones de distintos sectores, pero señalado como 1era entidad en el sector financiero donde sus colaboradores se sienten motivados y felices de trabajar, se han comprometido a brindar un buen ambiente laboral y como consecuencia de ello, hacer sentir a su personal motivados, realizando grupos de integración para que entre colaboradores entablen relaciones amicales y laborales, así mismo los incentivos que vienen por medio de las colocaciones de los productos, ellos mencionaron que al entrar a la entidad financiera, se vive un ambiente calmado, donde le dan buenas herramientas para ofrecerle calidad de servicio al cliente, dicha información está plasmada en la pagina oficina y revista de la consultora Great Place to Work.

Justamente es el nivel de competencia que quieren alcanzar y mejorar el sector financiero en Lima Norte, puesto que es para ellos una lucha constante el poder buscar estrategias para que sus colaboradores se sientan satisfechos con su puesto de trabajo.

En lo que respecta a la problemática institucional, se observo que en algunas entidades los trabajadores no tienen resultados favorable a comparación de otras oficinas, eso quiere decir de que existen entidades del sector financiero que no han tenido el mismo resultado porque fallaron en algún factor importante que implica la motivación, así responderemos, ¿Cuál es el nivel de motivación laboral en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019?

Lo indispensable que debe saber cada empresa es qué tan motivados están sus colaboradores, la única forma de que puedan entenderlo es conociendo y estudiando su situación, en ese sentido en cuanto a estudios previos realizados sobre la variable en el ámbito internacional, se ha considerado los siguientes antecedentes:

Según Peña (2015) presentó la tesis titulada *“La motivación Laboral como herramienta de gestión en la organizaciones empresariales”*, en la Universidad Pontificia ICAI – ICADE Comillas, Madrid cuyo objetivo es aumentar la motivación de los empleados a través del prestigio que tienen sus puestos de trabajo (reconocimiento social), el estudio de investigación es de tipo cualitativa, el instrumento de investigación fue mediante una encuesta, obteniendo como resultado que en el mes de febrero todas las dimensiones evaluadas estuvieron por debajo del 75%, que es el estimado; mientras que en el mes de Octubre el 50% supero el 75% de lo estimado y el otro 50% supero el 60%, por ende se concluyo que los factores extrínsecos e intrínsecos en el desarrollo y desenvolvimiento de una persona dentro de su ambiente laboral es muy importante, y así mismo el de descubrir primero las necesidades en base a distintas teorías, pues solo en la medida que la empresa reconozca lo que un colaborador necesita, podrá tener éxito en lograr primero motivar y que este genere resultados.

Según Olvera (2013), presentó la tesis titulada *“Estudio de la Motivación y su influencia en el desempeño laboral de los empleados administrativos del área comercial de la constructora Furoiani obras y Proyectos”*, en la Universidad de Guayaquil, Ecuador donde tuvo como objetivo el establecer los factores motivacionales que influyen en el desempeño laboral del personal administrativo. El diseño de la investigación fue no experimental, transversal – correlacional, la técnica que utilizó fue la encuesta con el instrumento de el cuestionario, dando como conclusión que los principales factores que influyen en el desempeño son aquellos que hacen referencia al entorno laboral, y estos son: Trabajo en equipo y Seguridad e Higiene ambos son considerados factores operativos y que dentro de la motivación son parte de los extrínsecos. Entendemos entonces que las diversas variables que competen a la motivación laboral, existen dos tipos de motivaciones (extrínsecas e intrínsecas).

Definitivamente estos factores que nos mencionan los investigadores citados anteriormente es de mucha importancia para resolver nuestra problemática, sabremos entonces que las entidades que pertenecen al sector financiero y que no están logrando resultados motivando al personal, puede ser porque no se está poniendo enfoque en los factores extrínsecos (salario, tiempo del trabajo, viajes, bonos, bienes materiales, premios, etc) e intrínsecos (estudios, necesidades personales, propósitos, objetivos, etc). Continuamos con lo expuesto por Delgado (2014), presentó su tesis titulada *“Motivación organizacional y bienestar laboral”*, en la Universidad Militar Nueva Granada, Colombia; la cual se determinó como objetivo la identificación de los tipos de motivación estudiados a lo largo del tiempo, el tipo de investigación es netamente descriptiva, pues nos ayuda a ampliar nuestros conocimientos, en tal sentido concluyó que actualmente las empresas dan credibilidad al hecho de que si la familia del trabajador está bien y motivada, el empleado estará dos veces más motivado, por tanto dentro de las actividades incluyen al menos una en la que se comparta con las familias, este método es también una oportunidad para que el empleador conozca el núcleo familiar de cada empleado, lo cual a la vez fortalece la relación empresa-familia. Definitivamente es otra perspectiva, pero todo comprende el tema de motivación.

Según Sum (2015), presento la tesis titulada *“Motivación y desempeño laboral”*; en la Universidad Rafael Landívar, Guatemala; donde su objetivo es establecer la influencia de la motivación en el desempeño laboral del personal administrativo en la empresa de alimentos de la zona 1 de Quetzaltenango, se tuvo como población a 34 colaboradores, se utilizó como instrumento de investigación la escala de Likert para examinar el desempeño de los colaboradores, su diseño de investigación es descriptiva, finalmente se discuten los resultados y se concluye que la motivación produce en el personal administrativo de la empresa de alimentos de la zona 1 de Quetzaltenango, realizar las actividades laborales en

su puesto de trabajo con un buen entusiasmo, y que ellos se sientan satisfechos al recibir algún incentivo o recompensa por su buen desempeño laboral.

Para Zavala (2014), en presentación de su tesis titulada *“Motivación y Satisfacción Laboral en el centro de servicios compartidos de una empresa embotelladora de bebidas”*, en el Instituto Politécnico Nacional, México; donde su objetivo será el determinar el nivel de motivación y satisfacción laboral que hay en el centro de servicios compartidos de una empresa embotelladora de bebidas, su análisis será tanto cuantitativo como cualitativo, se tuvo como muestra a 58 individuos, teniendo de instrumento el cuestionario, se concluye en los resultados arrojados por el instrumento de medición muestran que, en términos generales, la población de estudio manifiesta niveles de motivación y satisfacción laboral altos o muy altos. Así mismo, no se encontraron diferencias significativas para los grupos analizados de: género, escolaridad, ingreso mensual, tipo de puesto ni edad. Para estos casos, se concluye que existe homogeneidad en la percepción de la motivación y satisfacción laboral. El único caso en el que se encontraron diferencias significativas fue para la variable independiente antigüedad en la empresa. Sin embargo, este resultado debe tomarse con ciertas reservas, pues la organización objeto de estudio se encuentra en expansión y la mayoría de los colaboradores son de reciente ingreso o a lo más 3 años de antigüedad (lo que representa más del 75% de la muestra). También es importante mencionar que el ingreso mensual no representa un diferenciador significativo en el momento de determinar el nivel de motivación y satisfacción laboral. Aunque se registró una clara tendencia de que a mayor ingreso mayor motivación (con excepción del grupo de ingresos más 161 alto), los resultados no fueron significativos a un nivel del 0.05.

Lo que podemos analizar de lo mencionado con anterioridad es que no existió relación entre dinero y motivación; al menos, para la última investigación en particular, ya que para mejorar la motivación, es necesario conocer conceptos básicos de motivación para lograr un buen desempeño en el colaborador. Ahora, los estudios hechos se pueden analizar y usar de referencia para buscar soluciones, pero es necesario también evaluar las realidades que se presentan en nuestro país, en cuanto a estudios previos realizados sobre la variable en el ámbito nacional, se ha considerado los siguientes antecedentes:

Así lo estudio Poma (2014) presentando su tesis titulada *“La motivación y su relación con el desempeño laboral en los trabajadores del call center de SCI, en el distrito del cercado de lima, periodo 2014”*, en la Universidad Cesar Vallejo, Perú; planteó como objetivo el determinar la relación entre la motivación y el desempeño laboral de los trabajadores en el área de cobranzas del Banco de Crédito del Perú- Cercado de Lima, su diseño de investigación es no experimental de corte transversal, así mismo es de tipo aplicada, nivel descriptivo-correlacional, utilizo la técnica de encuesta y como instrumento el cuestionario, su población es de 115 trabajadores pero de muestra presenta a 89 personas.

Se determino que la motivación se relaciono en el desempeño de los trabajadores del call center de SCI, la muestra tuvo como sujeto de estudio a 92 colaboradores del turno de la mañana como en la tarde las cuales fueron encuestadas y de esa manera se logró obtener con la recopilación de la información, así mismo identificamos el tipo de investigación descriptivo correlacional, el diseño será No Experimental – Transversal, concluyo que existe una significativa correlación positiva, entre la motivación y el desempeño del trabajador que pueda otorgar para la empresa.

Así también expone Gutiérrez (2013), en su tesis titulada *“Motivación y satisfacción laboral de los obreros de construcción civil”*, en la Pontificia Universidad Católica del Perú, de tuvo como objetivo, analizar los diferentes conceptos y teorías de la motivación, el tipo de investigación es descriptiva, se concluye en que existe una notable falta de conexión entre las disciplinas que han estudiado a los trabajadores de la construcción y su satisfacción laboral: la Psicología del Trabajo y de las Organizaciones, la Sociología del Trabajo, la Historia y la Gestión y Dirección de la construcción. En general, los autores de las distintas áreas de conocimiento apenas se citan, mostrando ser compartimentos estancos, de forma que no se puede hablar de interdisciplinariedad, lo cual genera como resultado una investigación aún pobre sobre el tema. El desafío está en promover la integración de las distintas áreas del 73 conocimiento en pro del desarrollo del sector y principalmente en la mejora continua de la calidad de la vida laboral del trabajador de construcción.

Es importante la motivación de personal que no necesariamente trabaja dentro de una empresa u oficina. Así, más que partir de teorías ya existentes y comprobar su validez universal, la intención es que su investigación sirva para adaptarlas a la realidad de diferentes sectores, y mediante un conjunto de recomendaciones elementales, puedan ser aplicadas. En las destacas teorías conocidas como las de Maslow, Herzberg, Vroom y McGregor.

Para Vega (2015), presentó la tesis titulada *“Motivación y compromiso organizacional en el personal del área de seguridad de la información y prevención del fraude de la empresa telefónica ingeniería de seguridad, 2015”*, en la Universidad Cesar Vallejo, Perú; la cual tiene como objetivo el establecer la relación entre la motivación laboral y la dimensión afectiva del compromiso organizacional en el personal del área de seguridad de la Información y prevención del Fraude de la empresa Telefónica Ingeniería de seguridad, 2015, tiene una población de 125 trabajadores, la cual tomo como muestra a 76, a quienes realizo una encuesta como método de recolección de datos, su metodología se trata del método cuantitativo, de tipo de estudio básico de diseño no experimental, concluyéndose entonces que el coeficiente 0,296 y la significancia 0,009 obtenidos en la prueba de Spearman indicaron que existe una correlación débil y significativa entre las variables motivación laboral y compromiso organizacional en los colaboradores del área Seguridad de

la Información y prevención del Fraude de la empresa Telefónica Ingeniería de seguridad, 2015.

Un punto muy importante dentro de la investigación de motivación diferente a lo que se está revisando, muestra dimensiones de motivación a los que llama, motivación controlada y motivación autónoma, ya no menciona la perspectiva de una organización que tiene que evaluar necesidades, si no que como personas nos ayuda a conocer como identificar nuestra motivación.

Según Solano (2017), presento la tesis titulada *“Clima organizacional y desempeño laboral de los trabajadores de la Gerencia Territorial Huallaga Central - Juanjui, año 2017”*, en la Universidad Cesar Vallejo, Perú; teniendo como objetivo determinar relación entre clima organizacional y el desempeño laboral de los trabajadores de la Gerencia Territorial Huallaga Central - Juanjui, año 2017, su diseño es descriptivo – correlacional, su población asciende a 20 personas, en tal sentido la muestra seria la misma que la población, su técnica es la encuesta y de instrumento el cuestionario, se concluye entonces que el clima organización suscitado en la Gerencia Territorial Huallaga Central – Juanjui, es inadecuada un 50%, es decir para 10 colaboradores, debido al incumplimiento de las funciones, por la falta de responsabilidad en cuanto al tiempo oportuno de las funciones efectuadas. Asimismo, las relaciones interpersonales entre los colaboradores es la inadecuada causando distinciones entre los mismos.

La importancia y los objetivos que tiene el desempeño laboral y que en base a ello se evalúa, el comportamiento y el rendimiento son factores cruciales para evaluar a los colaboradores, concluye que el desempeño laboral mantiene un nivel regular, debido a la capacidad de análisis de los colaboradores, además a las actitudes, el personal se muestra empático con las recomendaciones que el jefe realiza, no siguen con las especificaciones brindadas por el jefe inmediato sin ningún cuestionamiento, y en muchos casos el colaborador no tiene actitud positiva hacia el desarrollo de su trabajo.

En síntesis, después de lo redactado, podemos entender que es necesario que nuestra visión y objetivos vayan en relación a los objetivos de la empresa, de esta manera los resultados serán dobles, por ende la empresa será exitoso y el colaborador tendrá un mejor desempeño.

Según Bautista (2017), en su tesis *“Motivación y desempeño laboral de los trabajadores del Banco de Crédito del Perú, distrito de Cercado de Lima, año 2017”*, para la Universidad Cesar Vallejo, Perú; planteó como objetivo el determinar la relación entre la motivación y el desempeño laboral de los trabajadores en el área de cobranzas del Banco de Crédito del Perú- Cercado de Lima, su diseño de investigación es no experimental de corte transversal, así mismo es de tipo aplicada, nivel descriptivo-correlacional, utilizo la técnica de encuesta y como instrumento el cuestionario, su población es de 115 trabajadores pero de muestra presenta a 89 personas, su instrumento es la encuesta, se concluye entonces que la

relación entre la motivación y el desempeño laboral de los trabajadores en el área de cobranzas del Banco de Crédito del Perú- Cercado de Lima, 2017. Mediante la prueba de Rho de Spearman se demostró que con un nivel de significancia (bilateral) menos a 0.05, es decir “ $0.000 < 0.05$ ”, por lo siguiente se rechaza la hipótesis nula. Además que ambas variables poseen una correlación de 0.755, lo cual nos indica que es una correlación positiva alta. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna indicando que existe una correlación positiva alta entre la motivación y el desempeño laboral de los trabajadores en el área de cobranzas del Banco de Crédito del Perú- Cercado de Lima, 2017. La motivación tendría indicadores como responsabilidad, satisfacción del trabajo, valores, interés, retroalimentación y de acuerdo a eso se evalúa el desempeño bajo los siguientes criterios: habilidades, conocimiento de puesto, lealtad, facilidad de aprender.

En este último antecedente nos explica mediante ejemplos, los factores de la motivación ya vistas en los antecedentes internacionales, extrínsecos e intrínsecos. La motivación es un tema de interés social, científico, psicológico, cultural, empresarial, muchos autores se han dedicado a indagar, investigar, analizar qué es la motivación y cómo ésta afecta nuestra vida, por ello desarrollaremos sus conceptos:

Con respecto a la motivación, a continuación se presentara la fundamentación teórica de la variable de estudio:

### **Definiciones de motivación**

Se puede definir como el conjunto de intenciones que orientan a una conducta positiva para el cumplimiento de objetivos, según Robbins y Judge (2013, p.202) define la motivación de la siguiente manera:

*“La Motivación son procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza una persona para alcanzar un objetivo. Si bien la motivación en general se relaciona con el esfuerzo para lograr cualquier meta, nosotros nos limitaremos a las metas organizacionales, con la finalidad de reflejar nuestro interés particular en el comportamiento relacionado con el trabajo.”*

Señala que el proceso que determina la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo de un individuo hacia el logro de toda meta en el ámbito empresarial está relacionado con la motivación, es entonces como entenderemos que la motivación es un sentimiento emocional que nos estimula a esfuerzos positivos y negativos, a su vez nos enseña actuar con gran ímpetu para llegar a obtener nuestras metas planteadas por la organización y así mismo elevar la productividad laboral, y la forma más sencilla de entenderlo es conociendo una teoría muy referente estudiada por el psicólogo Frederick Herzberg, quien resalta que como individuos tenemos motivaciones personales a la que llamaremos (Motivación Intrínseca), aluce a las

ganas de ascender, a las expectativas de un buen salario, etc. Y por otra parte, identifica la motivación que nos brinda una empresa con las intenciones de vernos felices y que de esta manera contribuir al desarrollo de los objetivos de la empresa, a eso le llamaremos (Motivación Extrínseca), incentivos, bonos, beneficios, etc.

Para reforzar lo que se planteo en lo citado con anterioridad nos viene Münch (2010, p. 107) donde la motivación tiene el siguiente concepto:

*“La motivación es una de las labores más importantes de la dirección, a la vez que la más compleja, pues por medio de ésta se logra que los empleados ejecuten el trabajo con responsabilidad y agrado, de acuerdo con los estándares establecidos, además de que es posible obtener el compromiso y la lealtad del factor humano.”*

Según lo citado por Münch, básicamente nos define la importancia que es la motivación en una organización, nos infiere que se trata de un resultado consecuencial, pues a mejor motivado este el colaborador, los empleados ejecutarán su trabajo con responsabilidad y agrado, todo ello con la única intención de generar lealtad en ellos.

Un nuevo enfoque, con un nuevo concepto lo presenta Maristany (2007) puesto que nos define motivación de la siguiente manera:

*“La motivación se inicia con la vida misma. En realidad, esta palabra que parece tan difícil significa “dar motivo”. Motivar es, en definitiva, dar motivo a una persona o a un grupo para que trate de alcanzar cierto objetivo. Pero no por conocer esto la cuestión deja de ser compleja, ya que para dar motivo se debe estar dispuesto a preocuparse por buscar los motivos que impulsan al otro y, además, tener la habilidad para encontrarlos y actuar en consecuencia. La motivación se inicia desde la aparición del hombre, ya que en el mito de la manzana podemos ver cómo Adán se siente motivado. A partir de allí, cada persona en su relación con otra da motivos para que la otra actúe en uno u otro sentido.” (p. 159)*

Si bien es cierto, Maristany nos presente a la motivación bajo un concepto en su historia con el hombre, pero no se aleja de lo que hasta hoy en día significa, pues en pocas palabras las empresas deberían preocuparse en motivar a sus empleados, y de acuerdo a lo que el autor expresa, solo de esa forma alcanzarían sus objetivos.



## Teorías de la Motivación

Existen diferentes teorías que definen la motivación de acuerdo a las situaciones que pasa un individuo, sabemos que las personas se sienten atraídas por un conjunto de metas, conozcamos desde donde reside la motivación en el ser humano.

### Teoría ERC de Alderfer

Coincidentemente con Maslow, las necesidades individuales obedecen a una jerarquía, pero en este caso corresponden a tres conjuntos, así lo menciona Ivancevich, Konopaske y Matteson (2006, p. 143)

***“Existencia.** Necesidades satisfechas por factores como alimento, aire, agua, sueldo y condiciones laborales.*

***Relaciones.** Necesidades satisfechas por relaciones sociales e interpersonales significativas.*

***Crecimiento.** Necesidades satisfechas por un individuo que hace aportaciones creativas o productivas.”*

Las tres necesidades de Alderfer: existencia (E), relaciones (R) y crecimiento (C), o ERC corresponden a las de Maslow en cuanto a que las necesidades existenciales son similares a las categorías fisiológica y de seguridad, de Maslow; las necesidades de relaciones son similares a la categoría de pertenencia social y amor; y las necesidades de crecimiento son similares a las categorías de estima y autorrealización.

### Teoría de los dos factores de Herzberg

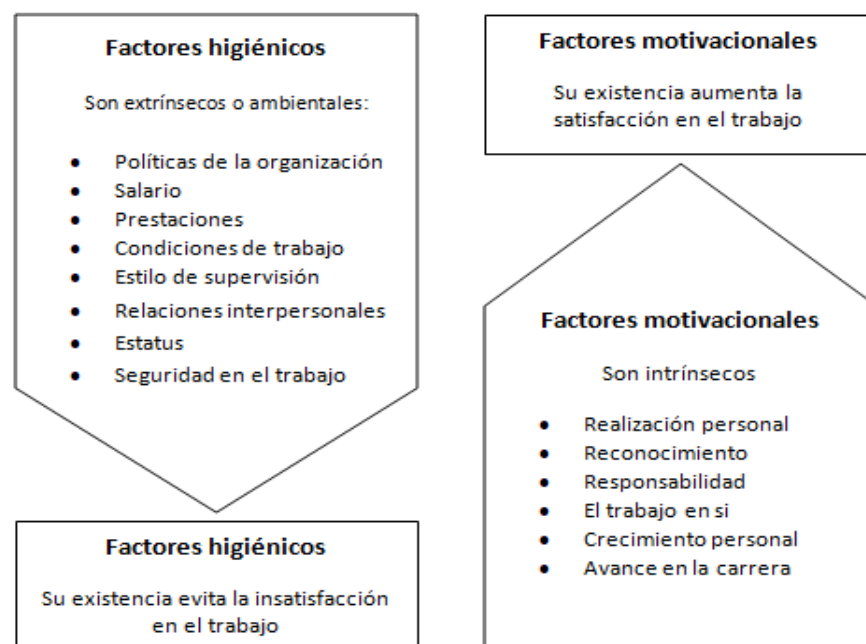
Existen dos factores que me ayudaran a identificar la motivación en diferentes ámbitos, tanto externos a lo que lleva el nombre de (factores higiénicos – factores extrínsecos) como interno llamados también (factores motivacionales – factores intrínsecos). Herzberg enumera emociones satisfactorias que están relacionados con el puesto de trabajo. También se ven reflejadas en los logros, reconocimientos y ciertos desafíos propuestos en el trabajo. Generando así gran satisfacción y en otras no satisfacción pero nunca insatisfacción, así lo explican Hellriegel y Slocum (2009):

“Los **factores higiénicos** incluyen la política y la administración de la empresa, la supervisión técnica, el sueldo, los incentivos, las prestaciones, las condiciones de trabajo y las relaciones interpersonales. Estos factores se asocian con los sentimientos negativos que el individuo siente respecto al trabajo y se relacionan con el contexto en el cual lo desempeña. Los factores higiénicos son **factores extrínsecos**, o factores externos al trabajo.

Sirven como recompensas para un alto desempeño sólo si la organización reconoce el alto desempeño” (p. 139).

Algunos **factores motivadores** son *el trabajo mismo, el reconocimiento, el avance y la responsabilidad*. Estos factores se relacionan con los sentimientos positivos que la persona siente respecto al puesto y al contenido del puesto mismo. Estos sentimientos positivos, a su vez, se asocian con las experiencias de la persona respecto a los logros, el reconocimiento y la responsabilidad. Reflejan un logro permanente, más que temporal, en el marco del trabajo. En otras palabras, los motivadores son **factores intrínsecos**, *que se relacionan directamente con el trabajo y en gran parte pertenecen al fuero interno de la persona*. Las políticas de la organización sólo tendrían un efecto indirecto en ellos. Sin embargo, al definir un desempeño excepcional, por ejemplo, una organización puede permitir que las personas sientan que han desempeñado sus tareas excepcionalmente bien.

Figura n °1. El efecto de los factores higiénicos y motivacionales.



Fuente. Fuente: Chiavenato, Metodología de la investigación (2009)

En resumen señala que la teoría de los dos factores que las actividades de involucramiento incentivan la unión y elevan las oportunidades del desarrollo personal y laboral, son participes mucho más en el desarrollo de la empresa y sus funciones para ello los factores motivadores siempre están ligados a la tarea que se ejerce, a su discurrir en cada momento, al grado de responsabilidad que supone su ejercicio, al éxito del logro y la alegría del reconocimiento así mismo, señala que lo dicho por Herzberg genera grandes grados de motivación y satisfacción en el trabajo, provocando así reconocimientos y

gratitud en el trabajo. Así están más involucrados en lo laboral y les afecta menos lo insatisfactorio.

### **Teoría de las necesidades de McClelland**

Para McClelland es considerable definir tres características que todo individuo posee y que se tiene que satisfacer para lograr estar motivado, así nos define Amorós (2007):

**“Necesidad de logro:** Se refiere al esfuerzo por sobresalir, el logro en relación con un grupo de estándares, la lucha por el éxito. **Necesidad de poder:** Se refiere a la necesidad de conseguir que las demás personas se comporten en una manera que no lo harían, es decir se refiere al deseo de tener impacto, de influir y controlar a los demás. **Necesidad de afiliación:** Se refiere al deseo de relacionarse con las demás personas, es decir de entablar relaciones interpersonales amistosas y cercanas con los demás integrantes de la organización” (p. 86).

### **Teoría de la pirámide de Maslow**

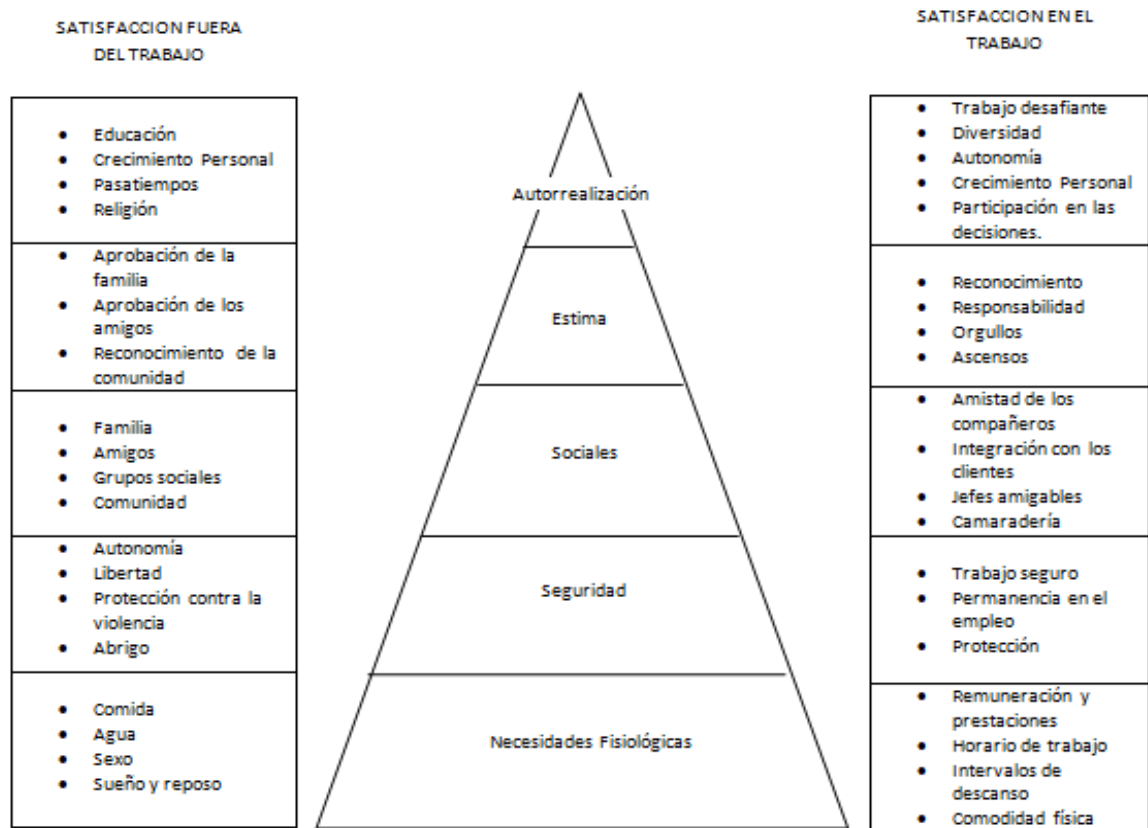
Según Chiavenato (2009), la teoría de la motivación de Maslow está basada en la llamada pirámide de las necesidades, es decir, las necesidades se pueden jerarquizar o clasificar por orden de importancia y de influencia en el comportamiento humano.

Abraham Maslow identificó las siguientes necesidades:

**“Las necesidades fisiológicas** son las de alimentación, habitación y protección contra el dolor o el sufrimiento. También se les llama necesidades biológicas y exigen satisfacción cíclica y reiterada para garantizar la supervivencia del individuo. **Las necesidades de seguridad** son las de estar libre de peligros (reales o imaginarios) y estar protegido contra amenazas del entorno externo. También están estrechamente relacionadas con la supervivencia del individuo. **Las necesidades sociales** son las de amistad, participación, pertenencia a grupos, amor y afecto. Están relacionadas con la vida del individuo en sociedad con otras personas y con el deseo de dar y recibir afecto. **Las necesidades de estima** son las relacionadas con la forma en que una persona se percibe y evalúa, como la autoestima, el amor propio y la confianza en uno mismo. **Las necesidades de autorrealización** son las más elevadas del ser humano y lo llevan a realizarse mediante el

desarrollo de sus aptitudes y capacidades. Son las necesidades humanas que se encuentran en la parte más alta de la pirámide y reflejan el esfuerzo de cada persona por alcanzar su potencial y desarrollarse continuamente a lo largo de la vida.” (p. 241).

Figura n°2. Pirámide de las necesidades humanas de Maslow y sus implicaciones.



Fuente. Chiavenato, Metodología de la Investigación (2009).

Para desarrollar las bases teóricas, se define los conceptos que tienen las dimensiones de la Motivación Laboral de acuerdo al instrumento de investigación construido por Marshall Sashkin, quien construyó un instrumento de investigación basado en la teoría de Maslow, se toma entonces de referencia la definición de las dimensiones hechas por Charcas (2017), quien presentó su tesis titulada *La motivación y estrategias de afrontamiento en jóvenes emprendedores que acceden a créditos financieros* en la Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia:

“El Cuestionario **MbM** está diseñado para ayudarle a entender sus propias motivaciones, en el contexto de las cinco categorías de motivación.[...] De esta manera estará mejor preparado para buscar las categorías de motivación específicas más importantes para los demás.

**Necesidades Fisiológicas:** La categoría más básica de motivación se centra en la supervivencia. Entre estas necesidades están la comida, el

agua, el aire y un lugar para cobijarse. Todos nacemos con estas necesidades, que motivan, en mayor o menor medida, nuestro comportamiento a lo largo de la vida. [...] El Cuestionario **MbM** no mide las necesidades fisiológicas, puesto que es prácticamente seguro que una persona que complete este cuestionario tendrá satisfechas sus necesidades fisiológicas [...]. **Necesidades de Protección y Seguridad:** La primera escala del Cuestionario **MbM** evalúa las necesidades de protección y seguridad.[...]. Así, hablamos, con frecuencia, de la seguridad económica, de un nivel de vida confortable y de una sensación de seguridad. [...]). **Necesidades Sociales y de Pertenencia:** La segunda escala **MbM** mide las necesidades sociales, el sentimiento y necesidad de pertenencia, de interacción con otros en relaciones duraderas. Una forma de satisfacer esta necesidad y usar la motivación social de manera productiva es diseñar trabajos que deban ser realizados por grupos o equipos [...]. **Necesidades de Autoestima:** Muchas personas, quizá la mayoría, se sienten motivadas por la búsqueda de su valor como individuos, necesitan sentirse importantes. La necesidad de autoestima es el centro de atención de la tercera categoría de motivación humana detectada por Maslow y es evaluada por el Cuestionario **MbM**. Esto asegura que el empleado pueda establecer una conexión entre sus logros laborales y su propio esfuerzo, una condición necesaria para obtener autoestima a través del trabajo. **Necesidades de Autorrealización:** La última escala del Cuestionario **MbM** se centra en lo que Maslow consideraba el nivel superior de motivación humana: la búsqueda del autodesarrollo y el esfuerzo por ser “todo lo que uno puede llegar a ser”. Maslow llamó a esto autorrealización” [...] (p.92).

De acuerdo a lo investigado, y al ser la teoría de Maslow la más resaltantes y conocidas de todas las que hemos presentado, pues el estudio que se realizó para la investigación estuvo basado en ello, así mismo se utilizó el instrumento de investigación construido por Marshall Sashkin para lograr los objetivos planteados. Es importante conocer nuestras propias necesidades, pues de acuerdo a ello conoceremos un estímulo para el trabajo, muchas veces no entendemos porque si en un lugar de trabajo que es de buen prestigio y buen salario el colaborador no se siente tan bien motivado para alcanzar los objetivos de la empresa, es muy sencillo puesto que el individuo identificara que existe dentro de sus necesidades algo que falta y que para él o ella es de más importancia, como por ejemplo la carga laboral o el ambiente laboral, el no llevarse bien con sus compañeros puede desmotivar. Es justamente lo que se logra identificar a lo largo del trabajo.

## 1.2. Formulación del Problema

### **Problema General**

¿Cuál es el nivel de motivación laboral en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019?

### **Problemas Específicos**

¿Cuál es el nivel de la dimensión necesidad de protección y seguridad en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019?

¿Cuál es el nivel de la dimensión necesidad social y de pertenencia en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019?

¿Cuál es el nivel de autoestima en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019?

¿Cuál es el nivel de autorrealización en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019?

## 1.3. Objetivos

### **1.3.1. Objetivo general**

Determinar el nivel de motivación laboral en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

Determinar el nivel de la dimensión necesidad de protección y seguridad en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019.

Determinar el nivel de la dimensión necesidad social y de pertenencia en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019.

Determinar el nivel de autoestima en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019.

Determinar el nivel de autorrealización en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019.

### **Justificación**

La presente investigación, tiene como finalidad que los futuros estudiantes tengan un apoyo y utilicen el presente trabajo como fuente de antecedente, se espera que la investigación sirva como material de consulta y apoyo a las entidades donde tengan una problemática similar. El estudio también podrá ser utilizado por personas interesadas, y no debe ser utilizado para otros fines que los ya mencionado.

### **Limitaciones**

Se dificultó problemas con los especialistas a quienes se les realizo las encuestas ya que como trabajador de una entidad financiera estaré trabajando, se tendrá que programar días y horarios para la prueba.

Situaciones en que se agoten los recursos (económico).

## CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

### 2.1. Tipo de Investigación

El nivel de investigación es descriptivo, ya que se busca describir los fenómenos a analizar, es decir que con la adquisición de nuevos conocimientos se detallaran como son en diferentes situaciones, contextos o eventos.

*Según Hernández, (2014), dice que “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.” (p.84).*

### Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación es no experimental de corte transversal, así nos explica Hernández (2014, p.152):

*“La investigación no experimental, es sistemática y empírica en la que las variables independientes no se manipulan porque han sucedido [...]. Los diseños no experimentales transversales recolectan datos en un solo momento [...] su propósito es describir las variables y analizar su incidencia en un momento dado [...]”.*

En el presente trabajo de investigación no se están evaluando a dos variables, por ende se recolectaran información de la variable Motivación, con el propósito de identificar y describir las variables y como estas tomaran importancia para responder nuestra problemática.

### Enfoque de Investigación

El enfoque utilizado es cuantitativo, ya que de acuerdo con Hernández (2014, p.07):

*El enfoque cuantitativo (que representa, como dijimos, un conjunto de procesos) es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos. El orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. [...] se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se extrae una serie de conclusiones respecto de la o las hipótesis.*

Se denominará de enfoque cuantitativo ya que como se explico antes, descubriremos a través de resultados estadísticos, lo que nos ayudara a resolver nuestra problemática en base a las realidades.



## 2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

Como podemos darnos cuenta, al ser el trabajo de enfoque cuantitativo, las dimensiones fueron medibles mediante encuestas generadas a especialistas que tienen experiencia en la variable a estudiar, tomando como población los especialistas del sector financiero y como muestra no probabilístico a 20 especialistas del rubro bancos del área comercial y operativa en ese sentido me respaldo lo dicho por Hernández (2014. p. 174):

*“Una vez que se ha definido cuál será la unidad de muestreo/análisis, se procede a delimitar la población que va a ser estudiada y sobre la cual se pretende generalizar los resultados. Así, una **población** es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones [...]”.*

*“Las muestras no probabilísticas, también llamadas muestras dirigidas [...] Se utilizan en diversas investigaciones cuantitativas y cualitativas. [...] Por el momento comentaremos que seleccionan individuos o casos “típicos” sin intentar que sean estadísticamente representativos de una población determinada.” (p. 189).*

Teniendo de premisa la explicación de Hernández, se comparará los resultados de la encuesta hecha por Great Place To Work al cierre del año 2018, y eso me ayudara a entender los casos que obtuvieron buenos resultados y porque otras entidades del sector financiero no han tenido el mismo resultado.

## 2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

La técnica utilizada para la presente investigación se denominó, técnica de encuesta, con el propósito de recolectar información a través del cuestionario respondido por los especialistas. Se utilizo como instrumento el cuestionario, pues mediante este, identificare las posibles causas de la problemática dicha en el tema de la investigación, ya que el propósito es adquirir información cuantitativa para estos, compararlos y analizarlos en base a la realidad. De esta forma me basare en Hernández (2014, p .217)

*“Para el enfoque cuantitativo, la recolección de datos resulta fundamental, se utiliza como técnica a la encuesta [...] y es indispensable utilizar como instrumento al cuestionario, estos son usados en encuestas de todo tipo (por ejemplo, para calificar el desempeño de un gobierno, conocer las necesidades de hábitat de futuros compradores de viviendas y evaluar la percepción ciudadana sobre ciertos problemas como la inseguridad). Pero también, se implementan en otros campos.”*

Utilizaremos un instrumento ya validado, y construido por Marshall Sashkin, el objetivo de utilizar este cuestionario es porque está hecha para identificar el nivel de motivación en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, descubriendo nuestras dimensiones: Necesidad de protección y seguridad, necesidad social y de pertenencia, necesidad de autoestima, necesidad de autorrealización. Las mismas que se basaron en la famosa teoría de las necesidades de Maslow. La siguiente información está adaptado por Sandoval (2016):

**Normas de Aplicación:**

El cuestionario es de fácil aplicación, el trabajador debe de marcar con 5 posibles respuestas:

- C = Estoy Completamente de acuerdo (1)
- B = Estoy Básicamente de acuerdo (2)
- P = Estoy Parcialmente de acuerdo (3)
- S = Sólo estoy un poco de acuerdo (4)
- N = No estoy de acuerdo (5)

La forma completa consta de 20 ítems y debe elegir entre 5 tipos de respuestas antes descritas

**Validez y confiabilidad**

La validez y confiabilidad son requisitos esenciales de todo instrumento de medición, para cumplir con estos procedimientos en el presente estudio se realizó una prueba piloto a 20 trabajadores. De estos procedimientos se determinó que el instrumento es válido y confiable.

**Validez**

En el estudio de Sashkin (1996), se realizó la validez de constructo, donde se determinó la homogeneidad y direccionalidad de los ítems con respecto a la escala. En dicho estudio también se realizó la Validez de contenido a través de criterio de 15 jueces, los cual determinaron por unanimidad la validez del instrumento. Al respecto, en el presente trabajo de investigación el instrumento pasó por un procedimiento de validez por criterio de tres jueces, cuyo resultado permite concluir que el cuestionario MBM es válido.

Validador	Resultado de aplicabilidad
<b>Mg. Yuri Vanessa Conde Beltrán</b>	Aplicable
<b>Mg. María Inés Flores Bazán</b>	Aplicable
<b>Dr. Juvenal Lozano Lozano</b>	Aplicable

*Resultados de la validación del instrumento MBM*

Nota: la fuente se obtuvo de los certificados de validez de los instrumentos

## Confiabilidad

En el estudio de Sashkin (1996), se obtuvo un índice de confiabilidad de 0,879, lo que determina que el instrumento es confiable. Así mismo, en la presente investigación mediante la prueba piloto se procede a establecer la confiabilidad en la población de estudio, utilizando el estadístico de Alfa de Cronbach en vista que el cuestionario tiene escala politómica.

*Índice de consistencia interna mediante alfa de Cronbach para el Cuestionario MBM*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,972	20

El análisis de la confiabilidad obtuvo un Alfa = 0,972, el cual es elevado.

Explica Cervantes (2005), que el coeficiente  $\alpha$  fue propuesto en 1951 por Cronbach como un estadístico para estimar la confiabilidad de una prueba, o de cualquier compuesto obtenido a partir de la suma de varias mediciones (p.25).

## 2.4. Procedimiento

La presente investigación tiene como finalidad resolver la problemática ¿Cuál es el nivel de motivación laboral en las agencias bancarias del sector financiero de lima norte, 2019?, para dar solución a la problemática desglosare, sector financiero, sabiendo que dentro de este competen: cajas municipales, financieras, bancos, cooperativas de ahorro y crédito, etc. tomaremos entonces como población especialistas del sector financiero, así mismo nuestra muestra no probabilística serán 20 especialistas del rubro banco del área comercial y operativa con experiencia en motivación.

Para realizar la investigación se dividió en tres fases:

<b>PRIMERA FASE</b>	<b>Contacto con la muestra a investigar.</b>
<b>SEGUNDA FASE</b>	Explicación de la investigación
<b>TERCERA FASE</b>	Aplicación de la Prueba.

**PRIMERA FASE:** Contacto con la muestra a investigar, los especialistas manifestaran sus respuestas de acuerdo a su experiencia sobre motivación y mediante su percepción darnos los alcances de cómo está funcionando esta variable en las agencias bancarias, además de responder el cuestionario que me ayudara a identificar como las dimensiones a evaluar

repercuten como motivación, el contacto fue directamente con 20 especialistas conocedores de la variable a estudiar:

**Especialista 1:** María del Carmen Aragón Carreño

**Especialista 2:** Yasmine Espejo Colone

**Especialista 3:** Edwin Valenzuela Ramos

**Especialista 4:** Néstor Gonzales Navarro

**Especialista 5:** Hans Gonzalo Almonacid Ríos

**Especialista 6:** Jhenry Cueva Barturen

**Especialista 7:** Katherine Navarro López

**Especialista 8:** Ashley Diego André Escobedo Cabrera

**Especialista 9:** Mauro André Cornejo Dávila

**Especialista 10:** Carolina Gutiérrez Valenzuela

**Especialista 11:** Tatiana Melgar Fuentes

**Especialista 12:** Ricardo Maldonado Ríos

**Especialista 13:** Andrea Arrieta Arana

**Especialista 14:** Alexis Ibañes Ríos

**Especialista 15:** Kevin Quinteros Rojas

**Especialista 16:** Adrian Silva Quijano

**Especialista 17:** Raúl Gonzales Mandes

**Especialista 18:** Miriam Lara Valverde

**Especialista 19:** Leslie Jiménez Barco

**Especialista 20:** Omar Alonso Reyes

**SEGUNDA FASE:** Se procedió a explicarles los objetivos que tenía la investigación y el motivo por la cual debían dedicarle al menos 10 minutos de su tiempo a resolver el cuestionario, pues la idea de todo esto fue contrastar lo que ellos nos habían relatado bajo su percepción en su vivencia con los resultados que arrojaba el instrumento para buscar dar solución a nuestra problemática planteada.

**TERCERA FASE:** La prueba se aplicó en las visitas a cada uno de los especialistas, de forma individual usando el cuestionario, las respuestas fueron filtradas dentro del programa SPSS y adquirí los resultados, lo analicé en base a lo aprendido a lo largo del trabajo de investigación, comparare cada una de ellas y resolveré mediante conclusiones la solución de estas.

### CAPÍTULO III. RESULTADOS

Los resultados generados por el instrumento de Marshall, nos ayudo a identificar en qué nivel esta la motivación que se emplea en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, de acuerdo a las necesidades que nos plantea Maslow. Respondí la problemática de acuerdo a nuestras dimensiones y a los criterios de los especialistas, por consiguiente los datos trasladados a la herramienta SPSS, arrojaron los siguientes resultados.

**Tabla n° 1.**

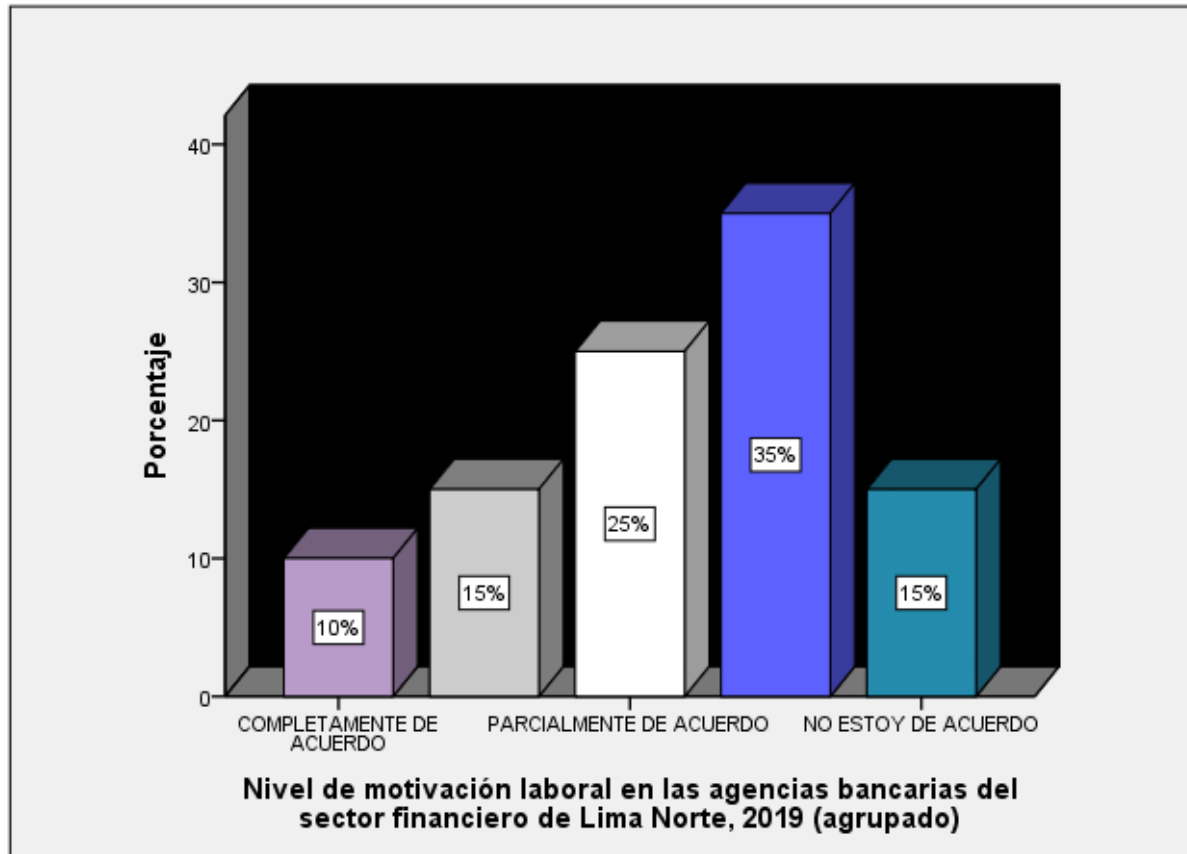
*Nivel de motivación laboral en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019.*

VALIDOS					PERDIDOS	Total
COMPLETAMENTE DE ACUERDO	BASICAMENTE DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	SOLO ESTOY UN POCO DE ACUERDO	NO ESTOY DE ACUERDO	SISTEMA	
<b>FRECUENCIA</b>						20
2	3	5	7	3	10	
<b>PORCENTAJE</b>						100,0
6,7	10,0	16,7	23,3	10	33,3	
<b>PORCENTAJE VALIDO</b>						
10,0	15,0	25,0	35,0	15,0		
<b>PORCENTAJE ACUMULADO</b>						
10,0	25,0	50,0	85,0	100,0		

*Elaboración Propia*

Figura n° 3 Grafico de barras para medir la variable Nivel de Motivación Laboral

**Nivel de motivación laboral en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019 (agrupado)**



Elaboración Propia

**Interpretación:**

En el presente grafico, podemos visualizar el resultado generado para nuestra pregunta general "Motivación Laboral" dando como resultado que, el 35% de los especialistas a quienes se han entrevistado y que respondieron el cuestionario, está poco de acuerdo en que se esté trabajando de manera efectiva la motivación en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte ya que según su experiencia, los resultados no son tan óptimos y se evidencia, el 25% están parcialmente de acuerdo con ello, el 15 % está básicamente de acuerdo y algunos simplemente no están de acuerdo que exista motivación en las agencias, mientras que el 10% está de acuerdo que hay motivación laboral.

**Tabla n° 2.**

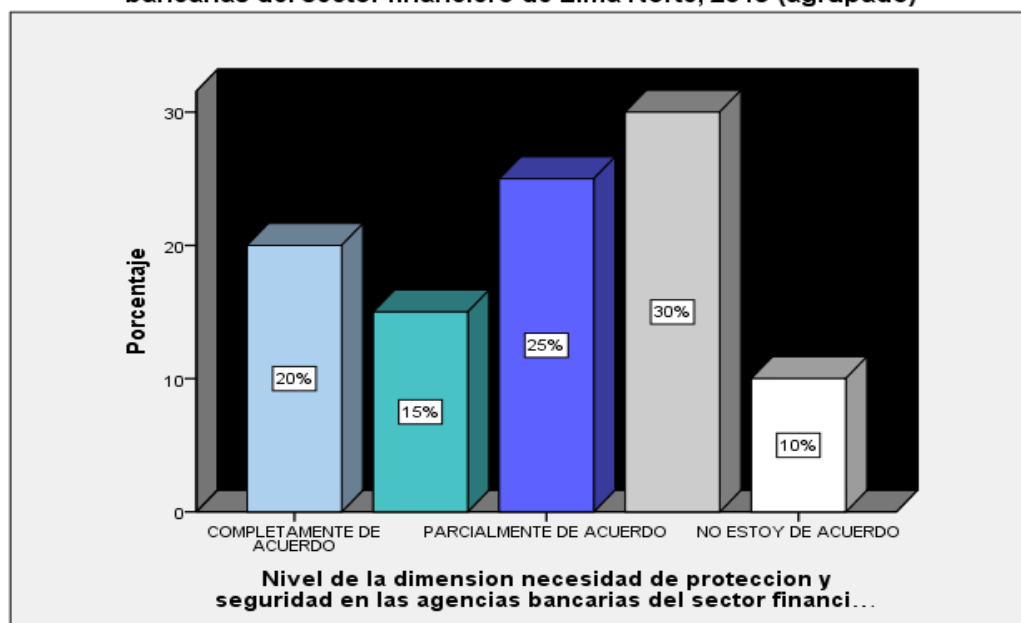
Nivel de la dimensión necesidad de protección y seguridad en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019.

VALIDOS					PERDIDOS	Total
COMPLETAMENTE DE ACUERDO	BASICAMENTE DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	SOLO ESTOY UN POCO DE ACUERDO	NO ESTOY DE ACUERDO	SISTEMA	
<b>FRECUENCIA</b>						20
4	3	5	6	2	10	
<b>PORCENTAJE</b>						66,7
13,3	10,0	16,7	20,0	6,7	33,3	
<b>PORCENTAJE VALIDO</b>						
20,0	15,0	25,0	30,0	10,0		
<b>PORCENTAJE ACUMULADO</b>						
20,0	35,0	60,0	90,0	100,0		

*Elaboración Propia*

*Figura n°4 Grafico de barras para medir la dimensión Necesidad de Protección y Seguridad*

**Nivel de la dimencion necesidad de proteccion y seguridad en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019 (agrupado)**



*Elaboración Propia*

**Interpretación:**

En el presente grafico, podemos visualizar el resultado generado para nuestra primera pregunta especifica con dimensión “Necesidad de protección y Seguridad” dando como resultado que, el 30% de los especialistas a quienes se han entrevistado y que respondieron el cuestionario, están un poco de acuerdo de que existe seguridad económica, un nivel de vida confortable y una sensación de seguridad al trabajar en una entidad financiera, el 25% está parcialmente de acuerdo con ello, el 20% está completamente de acuerdo, el 15% considera estar básicamente de acuerdo con que exista protección y seguridad, finalmente un 10% no está de acuerdo con ello.

**Tabla n° 3.**

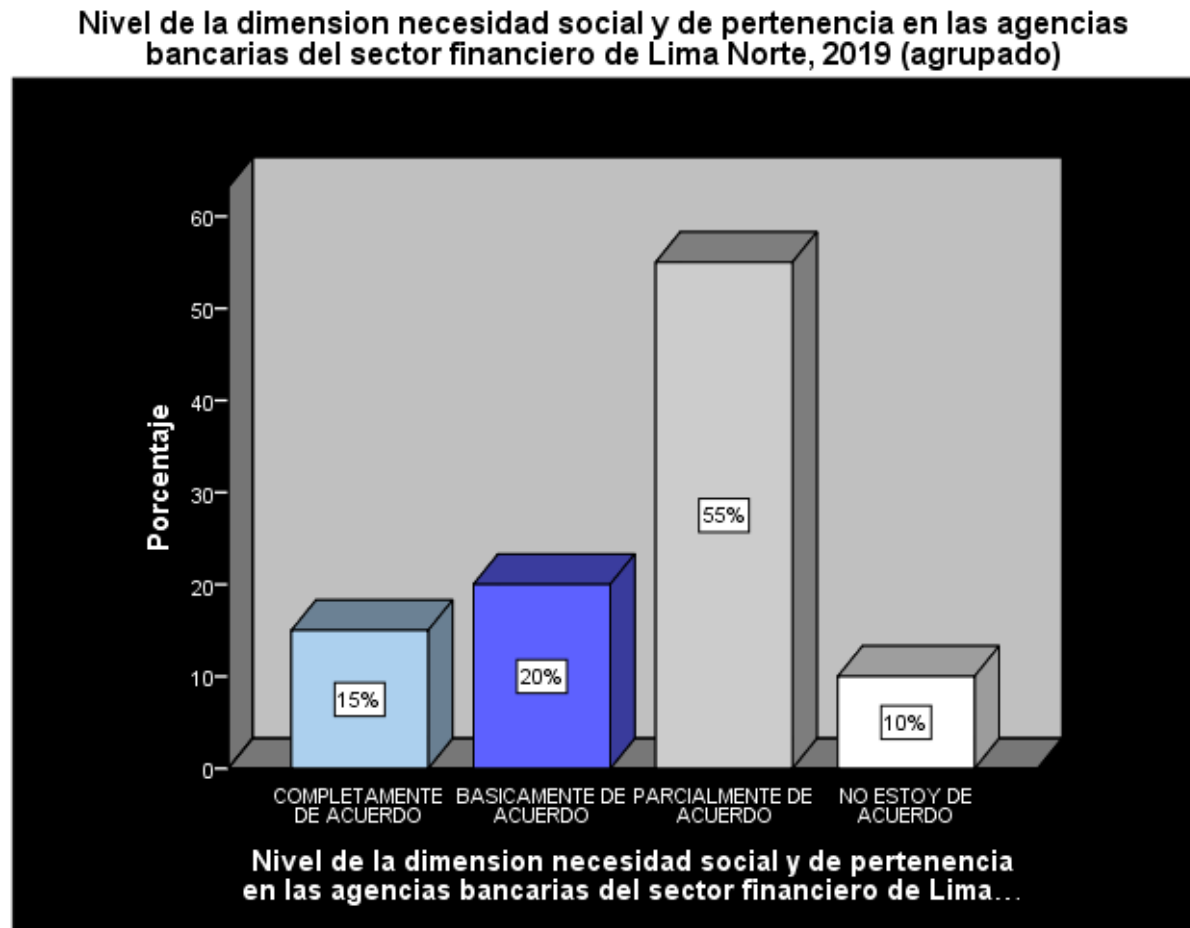
Nivel de la dimensión necesidad social y de pertenencia en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019.

VALIDOS				PERDIDOS	Total
COMPLETAMENTE DE ACUERDO	BASICAMENTE DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	NO ESTOY DE ACUERDO	SISTEMA	
<b>FRECUENCIA</b>					30
3	4	11	2	10	
<b>PORCENTAJE</b>					100
10,0	13,3	36,7	6,7	33,3	
<b>PORCENTAJE VALIDO</b>					
15,0	20,0	55,0	10,0		
<b>PORCENTAJE ACUMULADO</b>					
15,0	35,0	90,0	100,0		

*Elaboración Propia*



Figura n° 5 Grafico de barras para medir la dimensión Necesidad Social y de Pertenencia



*Elaboración propia*

**Interpretación:**

En el presente grafico, podemos visualizar el resultado generado para nuestra segunda pregunta especifica con dimensión “Necesidad Social y de Pertenencia” dando como resultado que, el 55% de los especialistas a quienes se han entrevistado y que respondieron el cuestionario están parcialmente de acuerdo que existe socialización entre compañeros, también sentimiento y necesidad de pertenencia, hay interacción con otros en relaciones duraderas, el 20% están básicamente de acuerdo con ello, el 15% está completamente de acuerdo y finalmente el 10% considera no estar de acuerdo con que existe sociabilidad entre compañeros, enlazan sentimientos amicales y fraternales.

**Tabla n° 4.**

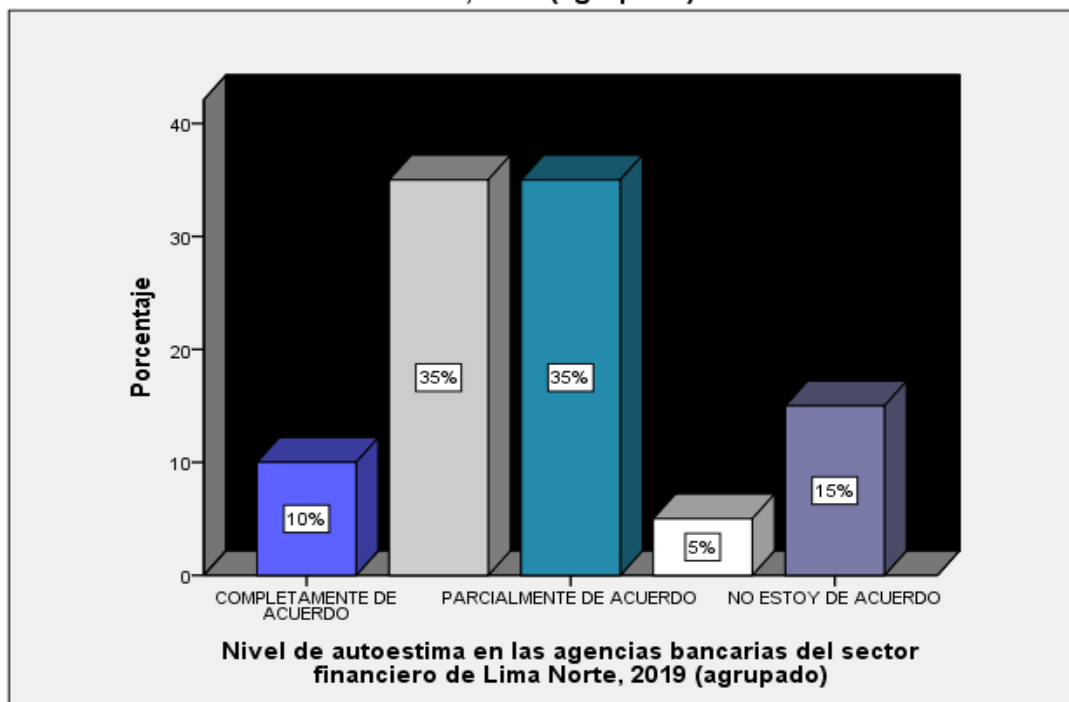
Nivel de autoestima en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019.

VALIDOS					PERDIDOS	Total
COMPLETAMENTE DE ACUERDO	BASICAMENTE DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	SOLO ESTOY UN POCO DE ACUERDO	NO ESTOY DE ACUERDO	SISTEMA	
<b>FRECUENCIA</b>						30
2	7	7	1	3	10	
<b>PORCENTAJE</b>						100,0
6,7	23,3	23,3	3,3	10,0	33,3	
<b>PORCENTAJE VALIDO</b>						
10,0	35,0	35,0	5,0	15,0		
<b>PORCENTAJE ACUMULADO</b>						
10,0	45,0	80,0	85,0	100,0		

*Elaboración Propia*

*Figura n° 6. Grafico de sector para medir la dimensión Necesidad de autoestima*

**Nivel de autoestima en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019 (agrupado)**



*Elaboración propia*

### Interpretación:

En el presente grafico, podemos visualizar el resultado generado para nuestra tercer pregunta especifica con dimensión "Necesidad de Autoestima" dando como resultado que, el 35% de los especialistas a quienes se han entrevistado y que respondieron el cuestionario están básicamente y parcialmente de acuerdo que se sienten motivadas, podrían considerar lo dicho por Marshall "De su valor como individuos, necesitan sentirse importantes. La necesidad de autoestima es el centro de atención de la tercera categoría de motivación humana. Esto asegura que el empleado pueda establecer una conexión entre sus logros laborales y su propio esfuerzo, una condición necesaria para obtener autoestima a través del trabajo.", el 15% no está de acuerdo con ello, el 10% está completamente de acuerdo, finalmente el 5% considera estar poco de acuerdo con que existe seguridad en sí mismos.

**Tabla n° 5.**

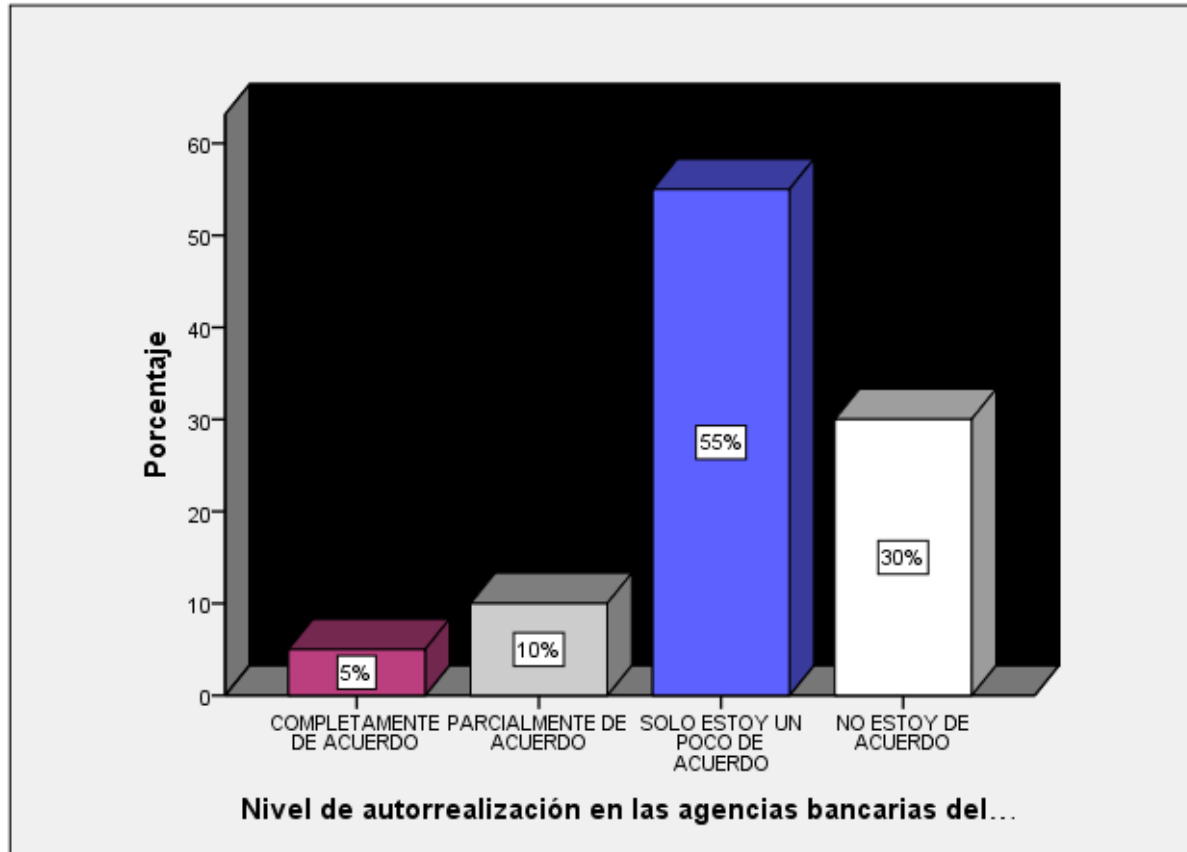
Nivel de autorrealización en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019.

VALIDOS				PERDIDOS	Total
COMPLETAMENTE DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	SOLO ESTOY UN POCO DE ACUERDO	NO ESTOY DE ACUERDO	SISTEMA	
<b>FRECUENCIA</b>					30
1	2	11	6	10	
<b>PORCENTAJE</b>					100
3,3	6,7	36,7	20,0	33,3	
<b>PORCENTAJE VALIDO</b>					
5,0	10,0	55,0	30,0		
<b>PORCENTAJE ACUMULADO</b>					
5,0	15,0	70,0	100,0		

*Elaboración Propia*

Figura n° 7. Grafico de barras para medir la dimensión Necesidad de Autorrealización

**Nivel de autorrealización en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019 (agrupado)**



Elaboración propia

**Interpretación:**

En el presente grafico, podemos visualizar el resultado generado para nuestra cuarta pregunta especifica con dimensión “Necesidad de Autorrealización” dando como resultado que, el 55% de los especialistas a quienes se han entrevistado y que respondieron el cuestionario están poco de acuerdo de que existan colaboradores que busquen el autodesarrollo y el esfuerzo por ser los mejores y superar sus propios límites, el 30% no está de acuerdo con ello, el 10% está parcialmente de acuerdo, se podría interpretar que hay muchos individuos que aun no están seguros si es lo que verdaderamente quieren, si bien no es una cifra más alta pero es la más observada, finalmente el 5% considera estar completamente de acuerdo.

## CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1 Discusión

Luego de los resultados que se obtuvieron, en la que se ha investigado la motivación laboral en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019; para ello se realizó un cuestionario a 20 especialistas pues con sus diferentes puntos de vista lograron identificar la respuesta de nuestra problemática de la investigación se llegó a determinar lo siguiente:

#### Objetivo General

La tesis tuvo como objetivo general determinar el nivel de motivación laboral en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019. De acuerdo al criterio y experiencia que cada especialista manifiesta con respecto al nivel de motivación que genera una institución, en su gran mayoría señalan que esta poco de acuerdo con las estrategias que generan.

Así mismo, los resultados obtenidos respaldan lo estudiado por Peña (2015) quien presentó la tesis titulada *“La motivación Laboral como herramienta de gestión en la organizaciones empresariales”*, en la Universidad Pontificia ICAI – ICADE Comillas, Madrid cuyo objetivo es aumentar la motivación de los empleados a través del prestigio que tienen sus puestos de trabajo (reconocimiento social), el estudio de investigación es de tipo cualitativa, el instrumento de investigación fue mediante una encuesta [...] se concluyó que los factores extrínsecos e intrínsecos en el desarrollo y desenvolvimiento de una persona dentro de su ambiente laboral es muy importante, y así mismo el de descubrir primero las necesidades en base a distintas teorías, pues solo en la medida que la empresa reconozca lo que un colaborador necesita, podrá tener éxito en lograr primero motivar y que este genere resultados.

Sabemos que los factores extrínsecos e intrínsecos pertenecen en global a la motivación laboral, y nuestros resultados nos hacen recordar la importancia de descubrir las necesidades que hemos estudiado, el único objetivo es motivar a los colaboradores, un personal motivado contribuirá con el desarrollo de la organización.

Según Jone y George (2010) nos defina a la motivación como las fuerzas psicológicas que determinan la dirección del comportamiento de una persona en una organización, su nivel de esfuerzo y su nivel de persistencia ante los obstáculos.

### Objetivo Especifico 1

Se tuvo como primer objetivo específico determinar el nivel de necesidad de protección y seguridad en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019. En ese sentido a lo que se refiere la dimensión, se explica Marshall, se trata de la seguridad económica, de un nivel de vida confortable y de una sensación de seguridad. [...]. De acuerdo a la apreciación de los especialistas encuestados que en su gran mayoría señalan que están poco de acuerdo en que las agencias financieras les ofrezca seguridad, consolidación laboral y un mejor nivel de vida.

Así mismo, los resultados obtenidos respaldan lo estudiado por Gutiérrez (2013), en su tesis titulada *“Motivación y satisfacción laboral de los obreros de construcción civil”*, en la Pontificia Universidad Católica del Perú, de tuvo como objetivo, analizar los diferentes conceptos y teorías de la motivación, el tipo de investigación fue descriptiva, se concluyo en que existe una notable falta de conexión entre las disciplinas que han estudiado a los trabajadores de la construcción y su satisfacción laboral: la Psicología del Trabajo dentro de lo que se concluyo podemos señalar que un individuo mientras tenga una buena satisfacción laboral de acuerdo a lo que la empresa ,en la que está trabajando, le ofrece, este se sentirá más motivado; es por ello que existe en su análisis una relación entre motivación y satisfacción laboral.

Por lo general, los colaboradores esperan que la empresas tomen de importancia lo que ellos necesitan, y claro está que lo que más necesitan es una solidez laboral, tal vez armando estrategias de motivación, la idea de todo es contar con buenos colaboradores quienes se sienten a gusto trabajando y por ende obtendrán buenos resultados, mismo que será bueno porque el resultado de la empresa es el esfuerzo de ellos.

Según Koontz, Weihrich y Cannise (2012) nos dice que ante todo, el trabajo es un medio que permite que las personas satisfagan sus necesidades básicas por medio de su salario y que, además, puedan extender su satisfacción y bienestar para lo cual es de gran importancia que el lugar de trabajo permita la interacción en un entorno agradable.

## Objetivo Especifico 2

Se tuvo como segundo objetivo específico determinar el nivel de necesidad social y de pertenencia en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019. En ese sentido a lo que se refiere la dimensión, nos explica Marshall, que se busca medir las necesidades sociales, el sentimiento y necesidad de pertenencia, de interacción con otros en relaciones duraderas. Una forma de satisfacer esta necesidad y usar la motivación social de manera productiva es diseñar trabajos que deban ser realizados por grupos o equipos [...].

Así mismo, los resultados obtenidos respaldan lo estudiado según Olvera (2013), presentó la tesis titulada *“Estudio de la Motivación y su influencia en el desempeño laboral de los empleados administrativos del área comercial de la constructora Furoiani obras y Proyectos”*, en la Universidad de Guayaquil, Ecuador donde tuvo como objetivo el establecer los factores motivacionales que influyen en el desempeño laboral del personal administrativo. El diseño de la investigación fue no experimental, transversal – correlacional, la técnica que utilizo fue la encuesta con el instrumento de el cuestionario, dando como conclusión que los principales factores que influyen en el desempeño son aquellos que hacen referencia al entorno laboral, y estos son: Trabajo en equipo y Seguridad e Higiene ambos son considerados factores operativos y que dentro de la motivación son parte de los extrínsecos. Entendemos entonces que las diversas variables que competen a la motivación laboral, existen dos tipos de motivaciones (extrínsecas e intrínsecas).

Con todo lo explicado la motivación debe ser comprendida bajo las características del trabajo en equipo, un buen ambiente laboral motiva al individuo a hacer mejor su trabajo porque no solo pensara en sus beneficios, si no que los sentimientos como empatía lo hará dar lo mejor para que los beneficiados sea todo su equipo de trabajo, así mismo las nuevas ideas y creaciones de estrategias que generen los colaboradores, deben ser reconocidas por el equipo, solo de esa forma se podrá llegar a un bien común.

Así mismo según Koontz, Weihrich y Cannise (2012) nos vuelve a resaltar que todas las personas buscan vincularse en sus trabajos; por ello es importante procurar que los empleados se sientan parte de la visión de una empresa y que compartan los valores de ésta.

### Objetivo Especifico 3

Se tuvo como tercer objetivo específico determinar el nivel de autoestima en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019. En ese sentido a lo que se refiere la dimensión, nos explica Marshall, que muchas personas, quizá la mayoría, se sienten motivadas por la búsqueda de su valor como individuos, necesitan sentirse importantes. La necesidad de autoestima es el centro de atención de la tercera categoría de motivación humana esto asegura que el empleado pueda establecer una conexión entre sus logros laborales y su propio esfuerzo, una condición necesaria para obtener autoestima a través del trabajo [...].

Así mismo, los resultados obtenidos respaldan lo estudiado según Zavala (2014), en presentación de su tesis titulada *“Motivación y Satisfacción Laboral en el centro de servicios compartidos de una empresa embotelladora de bebidas”*, en el Instituto Politécnico Nacional, México donde es importante mencionar que el ingreso mensual no representa un diferenciador significativo en el momento de determinar el nivel de motivación y satisfacción laboral. Aunque se registró una clara tendencia de que a mayor ingreso mayor motivación (con excepción del grupo de ingresos más 161 alto), los resultados no fueron significativos a un nivel del 0.05. Lo que podemos analizar de lo mencionado con anterioridad es que no existió relación entre dinero y motivación; al menos, para la última investigación en particular, ya que para mejorar la motivación, es necesario conocer al colaborador y que este sepa lo valioso que es para la empresa.

Con todo lo explicado la autoestima de una persona tiene que ser estable, eso es un indicativo de que será asertivo para enfrentarse a las casuísticas de la empresa, una persona segura de sí misma tendrá una buena toma de decisiones, y eso conllevará a que como empresa pueda ofrecerle mejoras dando como resultado la satisfacción de una de las necesidades que espera un individuo, los logros laborales serán consecuencia de un buen autoestima, el sentir que uno puede hacer el 120% de lo que sabe que normalmente hace, es un buen indicativo, pues su mejor motivación será competir con ellos mismos.

Para Jone y George (2010), El nivel de expectativa de una persona determina si cree que un alto nivel de esfuerzo va a resultar en un alto nivel de desempeño. Las personas sólo se motivan a realizar un gran esfuerzo en su trabajo cuando consideran que ese esfuerzo se traducirá en un alto desempeño, es decir, si tienen una alta expectativa.



#### Objetivo Especifico 4

Se tuvo como cuarto objetivo específico determinar el nivel de autorrealización en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019. En ese sentido a lo que se refiere la dimensión, nos explica Marshall que consideraba el nivel superior de motivación humana: la búsqueda del autodesarrollo y el esfuerzo por ser “todo lo que uno puede llegar a ser”. Maslow llamó a esto autorrealización [...]

Así mismo, los resultados obtenidos respaldan lo estudiado según Delgado (2014), presentó su tesis titulada “*Motivación organizacional y bienestar laboral*”, en la Universidad Militar Nueva Granada, Colombia; la cual se determinó como objetivo la identificación de los tipos de motivación estudiados a lo largo del tiempo, el tipo de investigación es netamente descriptiva, pues nos ayuda a ampliar nuestros conocimientos, en tal sentido concluyó que actualmente las empresas dan credibilidad al hecho de que si la familia del trabajador está bien y motivada, el empleado estará dos veces más motivado, por tanto dentro de las actividades incluyen al menos una en la que se comparta con las familias, este método es también una oportunidad para que el empleador conozca el núcleo familiar de cada empleado, lo cual a la vez fortalece la relación empresa-familia. Definitivamente es otra perspectiva, pero todo comprende el tema de motivación.

La mejor motivación para un individuo es la familia, si ponemos como el caso de un individuo que tiene un bebé por nacer o aquel que tiene que darle estudios a sus hijos, tal vez jóvenes que esperan una oportunidad de ascender o que ingresan por primera vez a un trabajo, y esperan a que su familia se sienta orgullosa de ellos; en esos y muchos casos similares en nivel máximo de satisfacción será la autorrealización, esta será la única forma de demostrarse a sí mismos que pueden hacer más de lo que esperaban hacer.

Según Hernández y Rodríguez (2015) nos explica para quien estudia administración o contaduría, la capacidad de tomar decisiones, participar en la organización, es un factor motivacional; por ejemplo, ya en su vida profesional, si se tiene la opción de trabajar donde hay participación o en otra donde no la hay, con sueldos adecuados en ambos casos, el aspirante se inclinará por la que le permite participar y, si el sueldo es digno, puede sacrificar dinero por participación y autorrealización.

## 4.2 . Conclusiones

Realizando la contrastación respectiva a los objetivos planteados se llegaron a obtener las siguientes conclusiones:

1. Se determinó un bajo nivel de motivación laboral en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019, por ende, se concluyó que la mayoría de las agencias bancarias no están tomando esta variable con la importancia que se merece, como las respuestas están agrupadas no podemos distinguir a ciencia cierta que entidades financieras son, existe siempre alguna que cuide mucho dicha variable, todo el resultado es un poco lo que nos refleja el último informe lanzado en la página web de Grea Place to Work, ya que son muy pocas las entidades del sector financiero en el rubro bancos que se encuentran liderando la lista.
2. Se determinó que los especialistas están poco de acuerdo de que exista nivel en la dimensión necesidad de protección y seguridad en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019, ya que consideraron que las entidades no son tan seguras, no están constantemente vigiladas, por ello que se concluyó que en las agencias bancarias no se sienten a gusto de terminar su jornada sabiendo que el trabajo constante los pone en riesgos frente a cualquier atentado.
3. Se concluyó que los especialistas están parcialmente de acuerdo con la necesidad social y de pertenencia en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019, quiere decir que los colaboradores de las entidades financieras se sienten a gusto cuando trabajan en equipo, interactúan con sus compañeros y estable una relación laboral estable, eso los motiva pues sienten que el objetivo es uno solo para todos, además de ello, comparten sentimiento, opiniones y se relacionan dentro y fuera de la empresa logrando lasos más duraderos.
4. Se concluyó que, existe un buen nivel de autoestima en las agencias bancarias del sector financiero de Lima Norte, 2019, pues muchas personas, quizá la mayoría, se sienten motivadas por la búsqueda de su valor como individuos, necesitan sentirse importantes. Como personas se sientes con un buen autoestima lo que hace que mejoren su trabajo día a día, la situación esta cuando la empresa valora o desvalora los esfuerzos dados por ello.
5. Se concluyó que los especialistas están un poco de acuerdo de que existan colaboradores que busquen el autodesarrollo y el esfuerzo por ser los mejores y superar sus propios límites. Pues muchos de ellos son muy jóvenes, y el ser joven es un indicador que muchos de ellos están terminando carreras y es satisfactorio para

ellos culminar los estudios y haber conseguido trabajo en la mayoría se van sintiendo auto realizados siempre que van cumpliendo nuevos objetivos, así mismo se ven distintos casos como aquellos que comienzan un nueva familia, la autorrealización es un punto que deberían considerar las empresas al momento de pensar en aquello infaltable llamado motivación, pues la dimensión autorrealización es un motivo.

6. En conclusión general, vemos que las dimensiones no están siendo consideradas en las agencias bancarias pues de esta manera identifique que no se están cumpliendo en satisfacer las necesidades de los colaboradores, y en su mayoría de casos estas no están considerando esas necesidades para motivar a su personal, es por ello que la pregunta general es desfavorable para la empresa, según el último listado de la consultora Great Place to Work, refleja lo que parece ser ahora un problema, puesto que de todas las entidades financieras que están registradas en nuestro país, solo dos son mencionadas en la famosa lista.

## REFERENCIAS

- Amorós, E. (2007). *Comportamiento Organizacional, en busca del desarrollo de ventajas competitivas*. Perú: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Bautista, N. (2017). *Motivación y desempeño laboral de los trabajadores del Banco de Crédito del Perú, distrito de Cercado de Lima, año 2017*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Cesar Vallejo, Perú.
- Charcas, R. (2017). *La motivación y estrategias de afrontamiento en jóvenes emprendedores que acceden a créditos financieros*. (Tesis de Grado). Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia.
- Chiabenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional la dinámica del éxito en las organizaciones*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Delgado, J. (2014). *Motivación organizacional y bienestar laboral*. (Tesis de Doctorado). Universidad Militar Nueva Granada, Colombia.
- Gutiérrez, W. (2013). *Motivación y satisfacción laboral de los obreros de construcción civil*. (Tesis de Bachiller). Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú.
- Great Place to Work (2016). *Las Condiciones de trabajo como base de la motivación*. Recuperado de: <http://www.greatplacetowork.com.py/publicaciones-y-eventos/blogs-y-noticias/880-las-condiciones-de-trabajo-como-base-de-la-motivacion>.
- Hellriegel, D. & Slocum, J. (2009). *Comportamiento Organizacional*. México: Cengage Learning Editores S.A.
- Ivancevich, J., Konopaske, R. & Matteson, M. (2006). *Comportamiento Organizacional*. México: Mc Graw Hill.
- Jone, G. & George, J. (2015). *Administración Contemporánea*. México: Mc Graw Hill.
- Koontz, H, Weihrich, H & Cannice, M. (2012). *Administración una perspectiva global y empresarial*. México: Mc Graw Hill.
- Maristany, J. (2007). *Administración de Recursos Humanos*. México: Pearson.

- Münch, L. (2010). *Administración, Gestion organizacional, enfoque y proceso administrativo*. México: Pearson.
- Olvera, Y. (2013). *Estudio de la Motivación y su influencia en el desempeño laboral de los empleados administrativos del área comercial de la constructora Furoiani obras y Proyectos*. (Tesis de Licenciatura). Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- Peña, C. (2015). *La motivación Laboral como herramienta de gestión en las organizaciones empresariales*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Pontificia ICAI – ICADE Comillas, Madrid.
- Poma, C. (2014). *La motivación y su relación con el desempeño laboral en los trabajadores del call center de SCI, en el distrito del cercado de lima, periodo 2014*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Cesar Vallejo, Perú.
- Robbins, S & Judge, T. (2009). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson.
- Solano, S. (2017). *Clima organizacional y desempeño laboral de los trabajadores de la Gerencia Territorial Huallaga Central - Juanjui, año 2017*. (Tesis de Maestría). Universidad Cesar Vallejo, Perú.
- Sum, M. (2015). *Motivación y desempeño laboral*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- Vega, S. (2015). *Motivación y compromiso organizacional en el personal del área de seguridad de la información y prevención del fraude de la empresa telefónica ingeniería de seguridad, 2015*. (Tesis de Magister). Universidad Cesar Vallejo, Perú.
- Zavala, O. (2014). *Motivación y Satisfacción Laboral en el centro de servicios compartidos de una empresa embotelladora de bebidas*. (Tesis de Maestría). Instituto Politécnico Nacional, México.

**ANEXOS**

ANEXO n.º 1. Operacionalización de la Variable.

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
MOTIVACION LABORAL	Según Robbins y Judge (2013, p.202) define la motivación de la siguiente manera: <i>La Motivación son procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza una persona para alcanzar un objetivo.</i>	Necesidad de Protección y seguridad	Seguridad Económica	1,5,9,13,17
			Seguridad Personal	
		Necesidad social y de pertenencia	Interacción Social	2,6,10,14,18
			Integración con el grupo	
		Necesidad de autoestima	Persona valiosa	3,7,11,15,19
			Respetarse a sí mismo	
Necesidad de autorrealización	Desarrollo de potencial	4,8,12,16,20		

## Cuestionario de Motivación laboral – MBM

Instrucciones: Por favor, responda a cada una de las afirmaciones siguientes indicando su grado de acuerdo con las mismas, es decir, hasta qué punto concuerda cada afirmación con sus propios puntos de vista y opiniones. Marque con un círculo la letra que más fielmente refleje su punto de vista personal, de acuerdo con la siguiente clave:

C = Estoy Completamente de acuerdo

B = Estoy Básicamente de acuerdo

P = Estoy Parcialmente de acuerdo

S = Sólo estoy un poco de acuerdo

N = No estoy de acuerdo

- |  |           |
|--|-----------|
| 1. Lo más importante para mí es tener un empleo estable  | C B P S N |
| 2. Prefiero trabajar de manera independiente, más o menos por mi cuenta  | C B P S N |
| 3. Un sueldo alto es un claro indicativo del valor que tiene el trabajador para la empresa                         | C B P S N |
| 4. Buscar aquello que te haga feliz es lo más importante en la vida.   | C B P S N |
| 5. La seguridad del puesto de trabajo no es especialmente importante para mí.                                      | C B P S N |
| 6. Mis amigos significan más que casi ninguna otra cosa para mí.   | C B P S N |
| 7. La mayor parte de las personas creen que son más capaces de lo que realmente son.                               | C B P S N |
| 8. Quiero un trabajo que me permita aprender cosas nuevas y desarrollar destrezas.                                 | C B P S N |
| 9. Para mí, es fundamental poder disponer de ingresos regulares.   | C B P S N |
| 10. Es preferible evitar una relación demasiado estrecha con los compañeros de trabajo.                            | C B P S N |
| 11. La valoración que tengo de mí mismo es más importante que la opinión de ninguna otra persona.                  | C B P S N |
| 12. Perseguir los sueños es una pérdida de tiempo.   | C B P S N |
| 13. Un buen empleo debe incluir un plan de jubilación sólido.  | C B P S N |
| 14. Prefiero claramente un trabajo que implique establecer contacto con otros - clientes o compañeros de trabajo-  | C B P S N |
| 15. Me molesta que alguien intente atribuirse el mérito de algo que yo he conseguido.                              | C B P S N |
| 16. Lo que me motiva es llegar tan lejos como pueda, encontrar mis propios límites.                                | C B P S N |
| 17. Uno de los aspectos más importantes de un puesto de trabajo es el plan de seguros de enfermedad de la empresa. | C B P S N |
| 18. Formar parte de un grupo de trabajo unido es muy importante para mí.   | C B P S N |
| 19. Mis logros me proporcionan una importante sensación de autorrespeto.   | C B P S N |
| 20. Prefiero hacer cosas que sé hacer bien que intentar hacer cosas nuevas.  | C B P S N |

### **Normas de Aplicación:**

El cuestionario es de fácil aplicación, el trabajador debe de marcar con 5 posibles respuestas:

C = Estoy Completamente de acuerdo (1)

B = Estoy Básicamente de acuerdo (2)

P = Estoy Parcialmente de acuerdo (3)

S = Sólo estoy un poco de acuerdo (4)

N = No estoy de acuerdo (5)



ANEXO N°3. Cuadro “Perfil de las mejores empresas para trabajar 2018” – Revista Great Place to Work (pag. 30)

## Perfil de Las Mejores 2018

Ranking	Empresa	Sector	País	Empleados	Empleados	Empleados	Empleados	Empleados	Empleados	Empleados	Empleados	Empleados
<b>MÁS DE 1,000 COLABORADORES</b>												
1	Alfaro	Calzado	Ecuador	100-500	4	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
2	Intercam	Financiero seguro	Perú	Más de 1000	20	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
3	Supermercado Peruanos	Retail	Perú	Más de 1000	20	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
4	Supermercado Francom	Financiero seguro	Ecuador	100-500	8	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
5	Perútel	Retail	Perú	100-500	20	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
6	Waffle City	Industria textil y confección	Perú	50-99	1	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
7	Teclabank	Financiero seguro	Ecuador	Más de 1000	25	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
8	Superfaktos	Retail	Ecuador	100-500	20	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
9	Confitec	Financiero seguro	Perú	100-500	25	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
10	Unel	Telecomunicaciones	Ecuador	100-500	20	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
11	Redes y Masas	Retail	Ecuador	100-500	20	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
12	Caro Andino	Industria textil	Perú	50-99	20	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
13	Bankinter Colaborador e Inversores	Financiero seguro	Perú	10-49	64	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
14	Financiera BCI	Financiero seguro	Perú	100-500	20	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
15	Perútel Chile	Industria textil y confección	Perú	10-49	20	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
16	Migala	Financiero seguro	Ecuador	100-500	20	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
17	Hypermarket Inflow	Retail	Ecuador	Más de 1000	20	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
18	Medina	Retail	Perú	100-500	20	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
19	Bankinter Perú	Retail	Ecuador	100-500	20	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
20	Super 99-999	Industria	Perú	100-500	20	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
21	Super 99-999	Retail / Confección	Ecuador	100-500	20	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
22	IMI	Tecnología de la información	Ecuador	100-500	2	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
23	Perútel	Industria	Ecuador	100-500	2	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
24	Textil - Itapa	Industria	Perú	50-99	20	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
25	Compu (SAS)	Tecnología de la información	Ecuador	100-500	2	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>ENTRE 200 Y 1,000 COLABORADORES</b>												
1	Bankinter Perú	Industria textil	Perú	50-99	2	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
2	IMI	Industria textil	Perú	10-49	2	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
3	IMI Express	Industria textil	Ecuador	10-49	2	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
4	Bankinter	Industria textil / Comercio	Perú	10-49	20	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
5	Intercam	Financiero seguro	Perú	100-500	8	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
6	Bankinter	Financiero seguro	Ecuador	100-500	20	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
7	Bankinter	Industria textil	Ecuador	10-49	2	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
8	Perútel 99	Financiero seguro	Ecuador	100-500	20	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
9	Super 99-999	Industria textil / Comercio	Perú	100-500	20	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
10	Perútel	Industria textil	Perú	100-500	20	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
11	Bankinter	Telecomunicaciones	Ecuador	100-500	2	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
12	Perútel	Tecnología de la información	Ecuador	10-49	2	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
13	Super 99-999	Industria	Perú	50-99	2	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>ENTRE 50 Y 200 COLABORADORES</b>												
1	IMI	Tecnología de la información	Ecuador	100-500	2	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
2	IMI	Tecnología de la información	Ecuador	10-49	2	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
3	IMI	Industria textil	Ecuador	10-49	2	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
4	Caro Andino (Shipping Center)	Industria textil / Comercio	Ecuador	100-500	2	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
5	IMI	Tecnología de la información	Ecuador	10-49	2	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
6	IMI	Industria textil	Ecuador	100-500	2	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
7	IMI	Industria textil	Ecuador	10-49	2	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
8	IMI	Industria textil	Ecuador	100-500	2	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
9	IMI	Industria textil	Perú	10-49	2	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
10	IMI	Industria textil	Perú	10-49	2	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
11	IMI	Industria textil	Perú	10-49	2	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
12	IMI	Industria textil	Perú	10-49	2	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
13	IMI	Industria textil	Perú	10-49	2	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
14	IMI	Industria textil	Perú	10-49	2	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
15	IMI	Industria textil	Perú	10-49	2	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
16	IMI	Industria textil	Perú	10-49	2	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
17	IMI	Industria textil	Perú	10-49	2	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

EMPRESAS CON MÁS DE 1000 TRABAJADORES

