



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA ADMINISTRACIÓN

“INFLUENCIA DE LA MOTIVACIÓN DEL PERSONAL (FOH) EN LA RENTABILIDAD ECONÓMICA DEL RESTAURANT TGI FRIDAYS TRUJILLO – LA LIBERTAD”

**Tesis para optar el título profesional de:
Licenciado en Administración**

Autores:

**Bach. Claudia Elizabeth Aliaga Risco
Bach. Jhiannina Mirella Quezada Rodríguez**

Asesor:

Mg. Manuel Ignacio Velásquez Bermeo

**Trujillo – Perú
2017**

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido

ÍNDICE DE CONTENIDOS	ii
ÍNDICE DE CUADROS Y TABLAS	iii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	iii
RESUMEN.....	v
ABSTRACT	vi
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	7
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....	11
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA.....	24
CAPÍTULO 4. RESULTADOS	29
CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN.....	37
CONCLUSIONES.....	39
RECOMENDACIONES	40
REFERENCIAS.....	41
ANEXOS	42

ÍNDICE DE CUADROS Y TABLAS

Cuadro n.º 1. Distribución de la población muestral.....	26
Cuadro n.º 2. Niveles de la encuesta por dimensión: Condición y Satisfacción laboral	28
Cuadro n.º 3. Niveles de la encuesta por dimensión: Relaciones laborales	28
Cuadro n.º 4. Niveles de la encuesta por variable: Motivación del personal	28
Tabla n.º 1. Clasificación de niveles logrados en la encuesta aplicada. Dimensión: Condiciones laborales	29
Tabla n.º 2. Clasificación de niveles logrados en la encuesta aplicada. Dimensión: Satisfacción laboral	30
Tabla n.º 3. Clasificación de niveles logrados en la encuesta aplicada. Dimensión: Relaciones laborales	31
Tabla n.º 4. Clasificación de niveles logrados en la encuesta aplicada. Variable Motivación del personal	32
Tabla n.º 5. Número de clientes que utilizaron los servicios del restaurant TGI Fridays Trujillo en el primer semestre del año 2017	33
Tabla n.º 6. Ventas en el primer semestre del año 2017 en el restaurant TGI Fridays Trujil..	34
Tabla n.º 7. Utilidades netas del restaurant TGI Fridays Trujillo en el primer semestre del año 2017.....	35
Tabla n.º 8. Contrastación de hipótesis mediante la prueba Chi Cuadrado. Tabla de datos básicos	37

ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico n.º 1. Niveles logrados en la dimensión Condiciones Laborales. Variable motivación del personal	29
Gráfico n.º 2. Niveles logrados en la dimensión satisfacción. Variable motivación del personal	30
Gráfico n.º 3. Niveles logrados en la dimensión relaciones laborales. Variable motivación del personal.....	31
Gráfico n.º 4. Niveles logrados en la Variable motivación del personal.....	32
Gráfico n.º 5. Clientes que utilizaron los servicios del restaurant TGI Fridays	33
Gráfico n.º 6. Ventas en el primer semestre del año 2017	34
Gráfico n.º 7. Utilidades netas del restaurant TGI Fridays Trujillo en el primer semestre del año 2017. Primera entrevista.....	35
Gráfico n.º 8. Utilidades netas del restaurant TGI Fridays Trujillo en el primer semestre del año 2017. Segunda entrevista.....	36

RESUMEN

La tesis titulada “Influencia de la motivación del personal (FOH) en la rentabilidad económica del restaurant TGI Fridays Trujillo – La Libertad”, tuvo como objetivo general: Describir, de qué forma la motivación del personal (FOH) influye en la rentabilidad económica del restaurant TGI Fridays - Trujillo 2017. Así mismo, se formuló la siguiente hipótesis: La relación entre la motivación del personal (FOH) y la rentabilidad económica del restaurant TGI Fridays Trujillo – La Libertad, en el primer semestre del presente año 2017, es directa y moderada.

Para el efecto se seleccionó un diseño descriptivo Ex post facto, y utilizando dos instrumentos: Ficha de Encuesta y Guía de Entrevista para el personal seleccionado en el estudio, se obtuvieron las siguientes conclusiones: El nivel de motivación, en el personal (FOH) del restaurante TGI Fridays – Trujillo, durante el primer semestre del presente año 2017, fue Muy bueno. El promedio de clientes del restaurante TGI Fridays durante el primer semestre del presente año 2017, fue: 6 133. El promedio de ventas del restaurante TGI Fridays durante el primer semestre del presente año 2017, fue 182 333 soles. El promedio de utilidades netas del restaurante TGI Fridays, durante el primer semestre del presente año 2017, fue 18 650 soles. Como se puede apreciar, el resultado esperado fue que hubiera una relación directa y positiva entre las variables, sin embargo, ha sido todo lo contrario, por lo que nos atrevemos a recomendar algunas acciones que debería llevar adelante el Directorio o los gerentes a cargo de la empresa que sostiene el restaurant TGI Fridays.

Palabras clave: Bartender, Ex post Facto, TGI, FOH, TGI Fridays, rentabilidad económica.

ABSTRACT

The thesis entitled "Influence of staff motivation (FOH) on the economic profitability of TGI Fridays Trujillo - La Libertad", had as its general objective: To describe, in what way staff motivation (FOH) influences the economic profitability of the Restaurant TGI Fridays - Trujillo 2017. Likewise, the following hypothesis was formulated: The relationship between staff motivation (FOH) and the economic profitability of TGI Fridays Trujillo - La Libertad restaurant, in the first half of this year 2017, is direct And moderate.

For this purpose, a descriptive design was selected Ex post facto, and using two instruments: Survey Sheet and Interview Guide for the personnel selected in the study, the following conclusions were obtained: The level of motivation in the staff (FOH) of the TGI Fridays restaurant – Trujillo, during the first half of this year 2017, was very good. The TGI Fridays restaurant's average customer base during the first half of this year 2017 was: 6 133. The average sales of the TGI Fridays restaurant during the first half of this year 2017 was 182,333 soles. The average net profit of the TGI Fridays restaurant during the first half of this year 2017 was 18 650 soles. As you can see, the expected result was that there was a direct and positive relationship between Is variables, however, it has been the opposite, so we dare to recommend some actions that should be carried out by the Board or the managers in charge of The company that supports TGI Fridays.

Keywords: Bartender, Ex post Fact, TGI, FOH, TGI Fridays, economic profitability.

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Hoy en día las empresas brindan ofertas laborales a personas completamente ajenas a su entorno. Las personas que realizan este trabajo o labor se denominan colaboradores, quienes muchas veces son personas completamente desconocidas para los gerentes. Estos últimos no se preocupan por los problemas que les asecha, o desconocen las razones por las que ellos deciden hacer este trabajo; los colaboradores en sí necesitan cubrir sus necesidades. Tal como lo manifestó el psicólogo estadounidense Abraham Maslow, en su teoría de la Jerarquía de las necesidades, las personas necesitan potenciar sus habilidades y conocimientos para conseguir logros a nivel personal y profesional.

El contexto en el que se da nuestra empresa, en la actualidad, viene dado por una economía globalizada, debido al avance de la tecnología, las actividades culturales, sociales, legales, políticas, demográficas y ecológicas; que actúan de forma integrada y sistemática produciendo resultados inimaginables. Las corporaciones deben estar preparadas para enfrentarse a los cambios y los nuevos desafíos que se presentan en el ámbito mundial para permanecer competitivos. Los recursos humanos son una de las áreas de la empresa más cambiante. Este cambio se dio a partir de los 90 que es cuando se intensificó la competitividad.

En la actualidad las organizaciones comprenden y valoran que para trabajar con personas es necesario entenderlas y comprenderlas. Conocer qué cosas generan en ellas una fuerza de trabajo que permita un desenvolvimiento eficaz al momento de cumplir con los objetivos establecidos por la organización.

El restaurante TGI Fridays es una empresa americana que lleva en el mercado más de cincuenta años. En el Perú esta marca es administrada por la empresa *Franquicias Alimentarias S.A.* y cuenta con más de veinte años de experiencia. En Perú el primer restaurante de esta marca abrió sus puertas en el año 1997, ubicándose en pleno corazón de Miraflores (Lima). El segundo restaurante se abrió en el 1999 en el Centro Comercial Jockey Plaza de Lima y el de Trujillo se instaló en diciembre del 2012, este restaurante abre sus puertas dentro de uno de los centros comerciales más prestigiosos de la ciudad como es el Real Plaza, la especialidad de este restaurante es hacer Comidas Grill y bebidas especiales como los cocteles.

Aquí podemos encontrar la *Jack Daniels Ribs* que es un tierno costillar cubierto con salsa Jack Daniels. Esta salsa es la especialidad de la casa, ya que está patentada por TGI Fridays International; este potaje puede ser acompañado por una bebida espectacular como lo es *El Ultimate Long Island Ice Tea*. El cuales una de las bebidas más emblemáticas de la cadena de restaurantes. La empresa cuenta con más de 2000 trabajadores a nivel nacional que se dedican a brindar un servicio de atención tanto en cocina como en el salón.

En Trujillo el restaurante cuenta con 40 personas, las cuales están divididas en dos áreas denominadas *Back of the House* (BOH) que se encarga de la preparación de la comida y *Front of the House* (FOH) que se dedican a la atención directa a los clientes. El BOH está conformado por 14 colaboradores que representan el 35% de los colaboradores. Ellos son los que se encargan de la preparación y presentación de los platos cumpliendo los estándares en tiempos y recetas establecidos por la marca. En el FOH encontramos 23 colaboradores que representan el 65% dividido en tres áreas definidas. Las Anfitrionas con un 15% del personal que se encarga de la recepción y la asignación de la mesa a los clientes. Los Bartender que representan el 13%, quienes son los que se encargan de preparar las bebidas. Los Meseros que comprenden el 38% del total son la fuerza de venta del restaurante. Ellos son los que hacen el servicio directo con los clientes.

Evaluando el primer semestre de ventas del 2017 se observa que se ha incrementado la venta en un 13%. La venta proyectada hasta la fecha ha sido superada pero los meses de mayo y junio no ha superado la venta proyectada, quedándose con 8,63% y 3,05% por debajo de lo previsto. Analizando las razones que han podido influir en esta situación vemos que una de las posibles causas podría ser el efecto de los desastres naturales ocurridos en esta ciudad. Así mismo la disminución de turistas y/o visitantes en la ciudad, además, porque no decirlo la falta de interés de los meseros por incrementar su venta personal por cliente.

Es así que, la preocupación del grupo investigador radica en desconocer la implicancia de la motivación del personal que labora en el mencionado restaurant, en la rentabilidad económica del mismo, Por dicha razón se ha creído conveniente abordar este estudio para lo cual se formula el siguiente problema:

1.2. Formulación del problema

¿De qué forma, la motivación del personal (FOH) influye en la rentabilidad económica del restaurant TGI Fridays Trujillo – La Libertad, en el primer semestre del año 2017?

1.3. Justificación

El presente trabajo de investigación pretende mostrar la “Influencia de la motivación de los meseros en la rentabilidad económica del restaurant TGI Fridays Trujillo – La Libertad”. Así mismo, identificar cuáles son los factores que los meseros valoran para sentirse motivados y así cumplir con la venta proyectada mensualmente. Los resultados de este trabajo serán presentados a la gerencia con el fin de que pueda ser una herramienta útil para la toma de decisiones en el momento que se detecte una situación parecida. Está comprobado que la motivación es un instrumento que nos ayudará a resolver problemas relacionados con la actitud de la persona.

1.4. Limitaciones

- La recolección de datos es temporal ya que solo se está evaluando el periodo del mes de enero a junio del presente año 2017.
- Poca disponibilidad de tiempo de los colaboradores para conversar más tiempo sobre el asunto, por sus diversas ocupaciones.
- Los gerentes a nivel nacional, quienes también serán entrevistados, se encuentran en la ciudad de Lima, por lo que las investigadoras tendrán que viajar hasta allá para recabar la información prevista.
- Dificultad para contar con la información contable de la empresa.
- La variabilidad del personal en su permanencia en el restaurant y otros.
- Es importante este aspecto porque se prevé que en el desarrollo podrían presentarse algunos inconvenientes con respecto a la recolección de datos.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Describir, de qué forma la motivación del personal (FOH) influye en la rentabilidad económica del restaurant TGI Fridays - Trujillo 2017.

1.5.2. Objetivos Específicos

- a. Identificar el nivel de motivación del personal (FOH) del restaurante TGI Fridays – Trujillo, en el primer semestre del año 2017.
- b. Hallar el promedio de clientes del restaurante TGI Fridays durante el primer semestre del presente año 2017.

- c. Hallar el promedio de ventas del restaurante TGI Fridays durante el primer semestre del presente año 2017.
- d. Hallar el promedio de utilidades netas del restaurante TGI Fridays, durante el primer semestre del presente año 2017.
- e. Describir la relación entre la motivación del personal (FOH) y la rentabilidad económica del restaurant TGI Fridays Trujillo – La Libertad, en el primer semestre del presente año 2017.

1.6. Hipótesis

Hipótesis Alterna; Hi

La relación entre la motivación del personal (FOH) y la rentabilidad económica del restaurant TGI Fridays Trujillo – La Libertad, en el primer semestre del presente año 2017, es directa y moderada.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

a) Antecedentes

Maldonado (2017), en la ciudad de Quetzaltenango, en una tesis para licenciatura en Psicología Industrial sustentó que los incentivos monetarios se han constituido como una de las ventajas más efectivas para motivar a los colaboradores de una empresa, al dar al colaborador un porcentaje significativo de lo que la compañía produce a través de su esfuerzo, lo que permite crear en él un vínculo filial que se transforma en una fuerza intrínseca que lo lleva a realizar sus tareas y obligaciones de forma positiva, el objetivo de la tesis fue identificar la influencia de los incentivos monetarios en la motivación laboral de la fuerza de trabajo que labora en el área de ventas de una empresa productora y distribuidora de bebidas carbonatadas con sede en Quetzaltenango, desarrollo una investigación de tipo descriptivo y se realizó con 49 colaboradores del área en mención. Las conclusiones de esta investigación nos indican que los incentivos monetarios son parte fundamental de la motivación de los colaboradores, específicamente del área de ventas, dándoles estabilidad laboral y proporcionándoles satisfacción sobre los objetivos alcanzados. Se recomendó reforzar el seguimiento y acompañamiento de los jefes inmediatos superiores para realizar correctos procesos de realimentación a cada colaborador por el trabajo que realiza para que el trabajador pueda tener un panorama claro de los objetivos que debe perseguir para lograr alcanzar las metas de acuerdo a las necesidades de la empresa

Hurtado (2016), en la ciudad de Quito, en una tesis para licenciatura de Ingeniería Comercial con mención en administración de empresas, explica que la industria de actividades de restaurantes y servicios de comida móvil se encuentra en crecimiento, en la cual existe un alto nivel de competencia con productos y servicio similares, el objetivo fue evaluar y analizar una propuesta para mejorar la rentabilidad, el posicionamiento y el funcionamiento de los principales departamentos del Restaurante Cebichería *Conchitas y Cazuelas*. Se ha realizado un análisis interno que ha permitido identificar las fortalezas y debilidades. Las conclusiones de esta investigación nos indican que se formula el plan de mejora involucrando el área administrativa, de marketing, procesos y financiera. En el área administrativa se ha propuesto realizar un manual de procesos y políticas internas, empleo y contratación; en el área de Recursos Humanos la contratación de un supervisor; en el área de Marketing implementar un sistema de capacitaciones para el personal en general que permita que la empresa alcance sus objetivos a corto, mediano y largo plazo. El área de producción requiere el equipamiento de las bodegas y cambiar el sistema de pedidos para abastecimiento; en Los departamentos de contabilidad y ventas se propone el adquirir un nuevo software que mejores el sistema de facturación e inventarios aumentando la efectividad y el uso de las materias primas. En el área financiera se propone una proyección de ventas en base a un 7% de incremento

adicional a las ventas actuales, para lo cual se ha establecido una inversión inicial de USD 55 500, obteniendo un Valor Actual Neto (VAN) de USD 362 918 84 y la Tasa Interna de Retorno (TIR) del 30 por ciento. La inversión será asumida al 100 por ciento con capital propio de los dueños. Los indicadores demuestran la viabilidad del plan de mejora de Conchitas y Cazuelas

Olvera (2013), en la ciudad de Guayaquil, en una tesis para licenciatura en Psicología Industrial manifestó que el trabajo se basa en una investigación mixta puesto que buscará cuantificar y cualificar las diversas variables que intervendrían en éste trabajo de investigación, el objetivo principal fue establecer los factores motivacionales que influyen en el desempeño laboral del personal Administrativo del área comercial de la empresa constructora *Furoiani Obras y Proyectos*. Para alcanzar éste objetivo se tomó como referencia las diferentes teorías administrativas que incluyen entre sus fundamentaciones los factores motivacionales, constituyéndose en uno de los puntos determinantes de éste estudio. Como instrumento de recolección de datos se aplicó el cuestionario CMT (Cuestionario de Motivación para el Trabajo) a la población objeto de estudio, la cual está compuesta por 38 empleados. Las conclusiones nos indican que con los datos que obtengamos de ésta investigación nos proveerán de toda la información necesaria para realizar un diagnóstico sobre los factores de motivación y la influencia de ésta en el desempeño laboral. Se planteará un plan de acción en el manejo del recurso humano que permita establecer los incentivos que promuevan la eficiencia y eficacia de los colaboradores y su desarrollo organizacional con incidencia positiva en la consecución de los objetivos comunes, tanto para el colaborador como para la empresa.

Castañeda y Julca (2016), en la ciudad de Trujillo, con su tesis para Licenciado en Administración, tuvo como objetivo definir en qué medida el diseño un programa de motivación laboral incrementará la productividad de los trabajadores del área de ventas de la empresa distribuciones *Casther & Asociados S.A.C.*, desarrollo una investigación tipo aplicativo Pre- Experimental ya que se realizó para identificar la influencia de la variable independiente sobre la variable dependiente permitiéndonos conocer motivos por el cual los trabajadores del área de venta pueden aumentar, mantener o disminuir su productividad de los trabajadores del área de ventas, en base a las teorías y estudios de investigación previos que se han realizado, se contó con un número limitado de trabajo ya que la población está conformada por los 12 trabajadores del área de ventas, siendo nuestra muestra 12 trabajadores. Las conclusiones fueron que la empresa *Casther y Asociados S.A.C.* no cuenta con un plan de motivación para el personal del área de ventas, conociendo estos resultados se procedió a establecer un plan motivación para los trabajadores de dicha área, se consideró que la motivación extrínseca influiría más en los trabajadores ya que los trabajadores manifestaron que los incentivos económicos son más necesarios para ello, la implementación

de este plan se realizó los primeros quince días del mes de mayo obteniendo resultados positivos ya que las ventas obtenidas en este periodo superan en un 20% a las ventas de meses anteriores, por ello podemos afirmar que la relación que existe entre la motivación y la productividad es muy importante y destacar que el plan de motivación presentado es influyente para la productividad y rentabilidad de la empresa.

Zelada (2016), en la ciudad de Trujillo, en una tesis para optar el título de Licenciado en Administración sustentó que se elaboró con la finalidad de determinar la atención al cliente y su influencia en el nivel de ventas en la Ferretería Solano EIRL en el primer semestre del 2016 del Distrito de Trujillo. Se utilizó el diseño de investigación de tipo transaccional; causal, de corte transversal, utilizando una población muestral de 10 trabajadores para determinar los factores que influyen en la atención del cliente. El instrumento utilizado fue el cuestionario aplicado a ambas muestras. Entre los resultados más relevantes se establece que la atención al cliente en el área de despacho está entre regular y mala y el factor que influye en dicho resultados es la falta de capacitación orientada al cliente por lo que mediante la presente investigación se está proponiendo un protocolo de atención al cliente que permitirá a la empresa incrementar sus ventas y por ende la fidelización de sus clientes.

Velásquez (2015), en la ciudad de Chimbote, en una tesis para optar el Grado de Doctor en Contabilidad y Finanzas, tuvo como objetivo general determinar en qué medida la gestión de motivación laboral influye en la productividad de las empresas industriales del sector pesquero. La investigación fue de tipo cuantitativo, descriptivo y no experimental. La información se recabó de 3 empresas industriales pesqueras con una población de 52 empresas industriales del distrito de Chimbote, aplicándoseles un cuestionario estructurado de 25 preguntas a los trabajadores del área de producción y una entrevista a los gerentes vía encuesta. Los principales resultados fueron: el 57.50% de encuestados se encuentran insatisfechos con los incentivos económicos, el 100% se encuentran satisfechos con su área y ambiente de trabajo, y el 76.11% se encuentra satisfecho por el desarrollo profesional y oportunidades que brinda la empresa. Las conclusiones nos indican que las empresas en análisis carecen de un área encargada de la motivación al trabajador, no se han implementado herramientas y estrategias de motivación laboral, y no existe reconocimiento al esfuerzo laboral de los trabajadores. Finalmente se comprueba la hipótesis formulada pues la ausencia de dichas estrategias provoca insatisfacción laboral en la mayoría del personal, con impactos en la productividad.

b) Bases teóricas

1. Motivación

1.1. Definición

Chiavenato (2000, p. 68), define a la motivación como el resultado de la interacción entre el individuo y la situación que lo rodea. Dependiendo de la situación que viva el individuo en ese momento y de cómo la viva, habrá una interacción entre él y la situación que motivará o no al individuo.

Según Maslow, en su obra *Una teoría sobre la motivación humana* (1943, p.10), la motivación es el impulso que tiene el ser humano de satisfacer sus necesidades. Clasifica las necesidades en cinco, dentro de una pirámide. En la base de la pirámide están las necesidades básicas, que son necesidades referentes a la supervivencia; en el segundo escalón están las necesidades de seguridad y protección; en el tercero están las relacionadas con nuestro carácter social, llamadas necesidades de afiliación; en el cuarto escalón se encuentran aquéllas relacionadas con la estima hacia uno mismo, llamadas necesidades de reconocimiento, y en último término, en la cúspide, están las necesidades de autorrealización.

La idea principal es que sólo se satisfacen las necesidades superiores cuando se han satisfecho las de más abajo, es decir, no puedes pasar a la siguiente hasta que no hayas satisfecho las anteriores.

1.2. Beneficios de la motivación

Marta B. (2014), en su artículo *La motivación para conseguir metas, éxito y principios*, explica que los beneficios de la motivación son:

- Pensamiento positivo: Uno de los beneficios de la motivación es que nos obliga, de alguna manera, a pensar en positivo. Esto hace que se borren muchos actos negativos y desaparezca la depresión, ansiedad y todo aquello negativo.
- Mayor energía: La motivación nos ofrece grandes dosis de adrenalina y de energía. Nos sentimos con ganas de realizar cosas y por tanto percibimos emoción, ilusión y sentimientos que nos proporcionan fuerza para seguir adelante.
- En favor de la salud: Está claro que la motivación mantiene más saludables a todos aquellos que se sienten así durante tiempo. El pensamiento positivo es bueno para el psique, y por tanto, también en el organismos y el estado físico de las personas.
- Conversión a líderes: Muchas veces las personas que se muestran más motivadas acaban arrastrando a los demás para que también estén motivados para realizar

una u otra acción. Es entonces cuando pueden convertirse en líderes, al destacar del resto, mover masas y contagiar este sentimiento y la gran energía que se desprende gracias a la motivación.

- Mayor productividad: No solamente en el seno de una empresa, sino también en la vida diaria, entre las ventajas de la motivación encontramos la productividad. Quienes se sienten motivados, consiguen organizarse mejor, y llegar a resultados antes. Por ello se dice que son más productivos.
- Superar las crisis: Personal, laboral... en todos los sentidos. La crisis puede llegar de muchas maneras y si nos instalamos en ella, vamos mal. La motivación resurge entonces para trazar un camino a seguir y ayudarnos a superar los peores momentos, como las temporadas de crisis.
- Éxito en los negocios: Para que marche bien un negocio se necesita diversos factores, muchos de los cuales pueden ser externos a nuestra persona, pero la motivación será una parte esencial para que la empresa vaya hacia adelante. El empresario motivado puede y debe conducir a su equipo hacia el éxito, y ello pasa por motivarlos constantemente, y si estos están felices, el servicio se realizará bien, con éxito y de forma más rápida.

1.3. Tipos de motivación

Según el psicólogo Jonathan García-Allen (s.f.), en su artículo *Tipos de motivación: las 8 fuentes motivacionales*, explica los distintos tipos de motivación:

- Motivación extrínseca: La motivación extrínseca hace referencia a que los estímulos motivacionales vienen de fuera del individuo y del exterior de la actividad. Por tanto, los factores motivadores son recompensas externas como el dinero o el reconocimiento por parte de los demás. La motivación extrínseca no se fundamenta en la satisfacción de realizar la cadena de acciones que compone aquello que estamos haciendo, sino en una recompensa que solo está relacionada con esta de manera indirecta, como si fuese un subproducto. Por ejemplo: un individuo puede trabajar mucho para ganar más dinero o puede estudiar muy duro por el reconocimiento social que le proporciona un buen empleo una vez haya acabado sus estudios. Una persona con motivación extrínseca por una tarea que debe entregar, trabajará duro en ella pesar de tener poco interés, pues la anticipación del reforzador externo le motivará a acabarla a tiempo.
- Motivación intrínseca: La motivación intrínseca hace referencia a la motivación que viene del interior del individuo más que de cualquier recompensa externa. Se asocia

a los deseos de autorrealización y crecimiento personal, y está relacionada con el placer que siente la persona al realizar una actividad, lo que permite que una persona se encuentre en *Estado de Flow* al realizar la misma. Por ejemplo: un individuo que asiste a los entrenamientos de su equipo de fútbol simplemente por el placer que le supone practicar su deporte favorito. La motivación intrínseca es el tipo de motivación más vinculado a una buena productividad, ya que allí donde se da el individuo no se limita a cumplir los mínimos necesarios para obtener la recompensa, sino que se involucra personalmente en lo que hace y decide poner en ello gran parte de su empeño.

- Motivación positiva: La motivación positiva se refiere al proceso por el cual un individuo inicia o mantiene adherido una conducta gracias a la obtención de una recompensa positiva, sea externa o interna (por el placer de la actividad).
- Motivación negativa: La motivación negativa hace referencia al proceso por el cual una persona inicia o se mantiene adherida a una conducta para evitar una consecuencia desagradable, tanto externa (castigo, humillación, etc.) o interna (evitar la sensación de frustración o fracaso).

1.4. Teoría de los dos factores de Herzberg

Según la teoría de la motivación e higiene, de Herzberg (1959), las personas están influenciadas por dos factores:

- La satisfacción resultado de los factores de motivación, que ayudan a aumentar la satisfacción del individuo pero tienen poco efecto sobre la insatisfacción.
- La insatisfacción resultado de los factores de higiene que, si faltan o son inadecuados, causan insatisfacción pero su presencia tiene muy poco efecto en la satisfacción a largo plazo.

Es decir, los factores de higiene, aunque no motivan propiamente, deben ser tratados para “limpiar” el entorno de trabajo o la situación del trabajador de forma que no se desmotive, mientras que los factores de motivación sí que aumentan tu motivación y ganas por cumplir un objetivo.

En esta teoría, lo contrario de satisfacción es no satisfacción y el opuesto de insatisfacción es no insatisfacción, es decir, los factores que favorecen la satisfacción

son independientes y distintos de los que producen insatisfacción. A continuación se describen estos dos factores:

a) Los factores de higiene: engloban a todas las condiciones del ambiente en el cual se mueve la persona. Apunta a las variables del contexto donde desempeña tareas el trabajador. Son:

- Sueldo y beneficios
- Política de empresa y organización
- Relación laboral
- Ambiente físico
- Supervisión
- Status
- Seguridad laboral

b) Los factores de motivación: se encuentran vinculados con aspectos más profundos respecto del puesto específico que posee el individuo. La motivación que brinda su atención es sustentable en el tiempo y a largo plazo, permitiendo una filiación de la persona para con la empresa de magnitud significativa. Son:

- Logros
- Reconocimiento
- Independencia laboral
- Responsabilidad
- Promoción
- Crecimiento
- Madurez
- Consolidación

1.5. Condiciones laborales

1.5.1. Definición

Son factores que intervienen en la negociación entre las personas que realizan un trabajo y las personas que lo ofrecen para brindar seguridad en aspectos relacionados con la salud, seguridad e infraestructura.

Abrajan, Contreras y Montoya (2009) en la Revista de *Enseñanza e Investigación de Psicología*, nos mencionan en su artículo Grado de satisfacción laboral y condiciones de trabajo: una exploración cualitativa las características que involucra su realización e integran los siguientes aspectos: ingreso (adecuación de acuerdo a los gastos, forma de pago), tiempo (tipo de jornada, horario de trabajo, descansos), prestaciones (vacaciones, aguinaldo, utilidades, servicios médicos, uniforme), capacitación (para desempeñar el puesto, situaciones de riesgo, otras áreas), oportunidades de desarrollo (de ascenso o para continuar los estudios), seguridad y limpieza (equipamiento requerido limpieza y ordenamiento del área de trabajo), bienestar (instalaciones sanitarias, suministro de agua potable, custodia de bienes, lugar de descanso, comedor), incentivos (en efectivo o motivacionales) y carga de trabajo.

1.5.2. Salario o remuneración

Según la definición que otorga *La Organización Internacional de Trabajo*, los salarios son un componente fundamental de las condiciones de trabajo y empleo en las empresas. El salario se fija contractualmente y se establece el tiempo, la obra a realizar. Según el diccionario de la Real Academia se establece como salario a la remuneración que se efectúa regularmente un trabajador dependiente. Según el texto único ordenado del Decreto Legislativo N° 854, Ley de Jornada de Trabajo, horario y trabajo en sobretiempo modificado por ley N° 27671 de la jornada de trabajo indica que la Remuneración Ordinaria se entiende por remuneración ordinaria aquella que, conforme a lo previsto por el Artículo 39 del Texto Único Ordenado del Decreto Legislativo N° 728, perciba el trabajador, semanal, quincenal o mensualmente, según corresponda, en dinero o en especie, incluido el valor de la alimentación. No se incluyen las remuneraciones complementarias de naturaleza variable o imprecisa, así como aquellas otras de periodicidad distinta a la semanal, quincenal o mensual, según corresponda.

1.6. Satisfacción laboral

Navarro (2008), en su aporte Tesis Doctoral Aportación al Estudio de la Satisfacción Laboral de los Profesionales Técnicos del Sector de la Construcción: una aplicación cualitativa en la Comunidad Valenciana nos indica que en la actualidad no existe una definición unánimemente aceptada sobre el concepto de satisfacción laboral. Es más, en muchas ocasiones cada autor elabora y desarrolla su propia definición.

Las divide en dos grande grupos que definen la Satisfacción Laboral. El primero hace referencia al estado emocional o respuestas afectiva. Aquí tenemos a Locke (1976) en su manual de Psicología Industrial y Organizacional *The nature and causes of job satisfaction* quien la define como estado emocional positivo o placentero resultante de la percepción subjetiva de las experiencias laborales de la persona.

El otro grupo asume que el concepto está descrito por la actitud, según Bravo (2009), citado por Navarro (2008), define a la satisfacción como una actitud o conjunto de actitudes desarrolladas por la persona hacia su situación de trabajo.

La satisfacción Laboral está relaciona con los logros conseguidos por las personas de acuerdo al desempeño que realzan. Según Lawler y Porter (1968), citados por Caballero (2002), en *El efecto del desempeño en la satisfacción laboral*, nos dicen que relación puede ser inversa: el nivel de desempeño puede ser un factor causal en la satisfacción en el trabajo siendo las recompensas intrínsecas y las extrínsecas variables de refuerzo. Variables intrínsecas son la recompensa como EL sentimiento de haber llegado a algo útil. La recompensa extrínseca son: la paga, promociones y posición.

Pablos (2016), citado por Caballero (2002), nos dice en su tesis doctoral que la satisfacción laboral se puede considerar por tanto, como el conjunto de actitudes generales de la persona hacia su trabajo. En este sentido, el trabajo puede ser causa de felicidad y bienestar en la persona, o todo lo contrario.

Según Caballero (2002) en su artículo *El concepto de satisfacción en el trabajo y su proyección en la enseñanza del Profesorado*, revista de currículum y formación del profesorado, menciona que en los últimos años la satisfacción en el trabajo viene siendo de especial interés en el ámbito de la investigación.

Weinert (1987, p. 297), dice que se debe a varias razones, que tienen relación con el desarrollo histórico de las Teorías de la Organización, las cuales han experimentado cambios a lo largo del tiempo. Dicho autor propone las siguientes razones:

- a) Posible relación directa entre la productividad y la satisfacción del trabajo.
- b) Posibilidad y demostración de la relación negativa entre la satisfacción y las pérdidas horarias.
- c) Relación posible entre satisfacción y clima organizativo.
- d) Creciente sensibilidad de la dirección de la organización en relación con la importancia de las actitudes y de los sentimientos de los colaboradores en relación con el trabajo, el estilo de dirección, los superiores y toda la organización.
- e) Importancia creciente de la información sobre las actitudes, las ideas de valor y los objetivos de los colaboradores en relación con el trabajo del personal.
- f) Ponderación creciente de la calidad de vida en el trabajo como parte de la calidad de vida. La satisfacción en el trabajo influye poderosamente sobre la satisfacción en la vida cotidiana.

1.6.1. Factores que intervienen en la Satisfacción Laboral

Robbins (1996, p.192), citado por Caballero (2002), indica que los factores más importantes que intervienen en la satisfacción laboral son:

- a) Un trabajo desafiante desde el punto de vista mental
- b) Recompensas equitativas, condiciones de trabajo que constituyen un respaldo,
- c) Colegas que apoyen y el ajuste personalidad – puesto.

Por otra parte el efecto de la satisfacción en el puesto en el desempeño del empleado implica y comporta satisfacción y productividad, satisfacción y ausentismo y satisfacción y rotación.

1.6.2. Salario Laboral:

Comúnmente conocido como remuneración, se entiende que es la suma de dinero otorgado por una organización a un empleado por los servicios brindados y actividades realizadas. Este pago debe de ser fijado periódicamente, ya sea mensual, semanal, o diario.

1.6.3. Sistema de Incentivos:

Es el sistema de estímulos de carácter remunerativo o motivacional que inciden directamente en la actitud y motivación del trabajador con el objetivo de aumentar su eficacia y calidad en las actividades que realizan en los diferentes procesos de una empresa.

1.7. Las Relaciones laborales

Es el vínculo que existe entre las personas en un ámbito laboral que interaccionan entre si bajo las reglas, normas, contratos establecidos por la organización.

2. Rentabilidad económica

2.1 Rentabilidad

Es la capacidad que tiene una empresa u organización para poder producir una ganancia o utilidad en un periodo de tiempo determinado (mayormente se mide en un año) con la realización de sus actividades.

Esta cifra expresa la capacidad que una empresa tiene para realizar con el activo que controla, sea propio o ajeno. Esto es, qué monto de dinero gana por cada unidad de dinero que tiene.

La rentabilidad económica. Es un indicador de éxito de una empresa o una persona. Esta Rentabilidad calcula la tasa de retorno originada por un beneficio económico antes de interés e impuestos con relación a todo el capital, conteniendo todas las importes prestadas junto con el patrimonio neto. Es autónoma con respecto a la situación y estructura financiera de la empresa.

La real Academia española (RAE) define a la rentabilidad como la condición de utilidad y el poder de ocasionar ganancia. Entonces la rentabilidad está agrupada a la elaboración de lucros a partir de una inversión. La rentabilidad económica es útil para comparar empresas dentro del mismo sector, pero no para empresas en distintos sectores económicos (por ejemplo, en el orden comercial o industrial) ya que cada sector tiene necesidades distintas de capitalización.

Díaz (2012), menciona que es retribución en la cual una compañía está capacitada de proporcionar a los diferentes elementos proporcionados a su capacidad para desplegar su actividad financiera. Asimismo también señala que es una medida de la eficacia y eficiencia en el uso de esos elementos tanto financieros, como productivos como humanos.

Una fórmula matemática que se emplea para el cálculo de la rentabilidad económica es la siguiente:

$$R. E. = \frac{\textit{Beneficio económico}}{\textit{Activo total}}$$

La rentabilidad económica se diferencia de la rentabilidad financiera en que la rentabilidad financiera compara el beneficio económico con los recursos necesarios para obtener ese beneficio.

En una compañía, demuestra el retorno para los asociados de la misma. Se puede calcular la rentabilidad financiera con la siguiente fórmula del indicador financiero ROE:

$$ROE = \frac{\textit{Beneficio neto antes de impuestos}}{\textit{Fondos propios}}$$

Rentabilidad Económica = (BAII / Activo Total) x 100:

Es deseable que sea lo mayor posible y en concreto mide: La eficacia del activo independientemente de cómo esté financiado. La capacidad de la empresa para remunerar a los recursos financieros utilizados.

Compara el resultado obtenido de la actividad desarrollada en un período con las inversiones realizadas para su obtención. El beneficio que vamos a utilizar es el obtenido antes de restar la retribución o pago por los recursos ajenos empleados (pasivos), es decir, antes de restar los intereses o gastos financieros y los impuestos. Esta rentabilidad es muy útil, porque va a servir a las empresas para decidir dos cosas:

1. Si realizar o no una inversión.
2. La forma en que va a financiar dicha inversión.

Indicadores de Rentabilidad: Los indicadores de rentabilidad más comúnmente usados son:

Margen de Utilidad Bruta: Según Gitman (2007), señala que este indicador mide el porcentaje de cada moneda producto de las ventas que queda tras el costeo de sus bienes, este indicador mientras sea mayor, es más beneficioso para la empresa. El margen de utilidad bruta se determina tras la resta de los ingresos menos el costo de ventas, el resultado se divide entre las ventas y se multiplica por cien.

1. Aumentar el precio de venta de sus productos o servicios o reducir sus costes, para incrementar el margen de beneficio.
2. Bajar el precio de venta de sus productos o servicios, para vender más unidades (aumentar la rotación).

La rentabilidad económica se expresa como el resultado de multiplicar el margen de beneficios por la rotación de sus activos:

- Margen de beneficios = $BAll / Ventas\ netas$
- Rotación de los activos = $Ventas\ netas / Activo\ Total$
- Rentabilidad económica = $(BAll / Ventas\ netas \times Ventas\ netas / Activo\ Total)$

Rentabilidad económica = Margen de beneficios x Rotación del activo

En función del tipo de actividad de cada empresa y el mercado en el que opera será más adecuada una estrategia u otra para mejorar la rentabilidad económica. En sectores donde hay mucha competencia y los márgenes son muy reducidos, la única posibilidad que tienen las empresas para mejorar su rentabilidad es aumentar las rotaciones.

Por ejemplo, un restaurante de menús diarios en una calle donde hay varios y los precios están a 8 € menú, deberá servir el máximo número de menús por mesa.

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA

1.1 Operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores / Ítem
Motivación del personal	Es el resultado de la interacción entre el individuo y la situación que lo rodea, dependiendo de la situación que viva el individuo en este momento. En este caso se refiere al trabajador denominado mesero en una empresa dedicada al servicio de venta de comida. (Chiavenato, 2000)	Es el estado afectivo emocional que muestra una persona de acuerdo a sus Condiciones Laborales, y a la satisfacción que siente en el trabajo y a la calidad de las relaciones laborales que establece con el resto del personal. (El grupo investigador)	Condiciones Laborales	Número de personal FOH estable.
				El lugar de trabajo cumple con las condiciones de seguridad laboral
				Número de personal FOH satisfecho con su horario laboral
				Las instalaciones sanitarias que dispone la empresa son adecuadas para el persona FOH
				El trato en alimentación que brinda la empresa es satisfactorio para el persona FOH
			Satisfacción Laboral	Recibe frecuentemente capacitaciones de parte de la empresa.
				Está Ud. satisfecho con el clima laboral que existe en el restaurant
				Está conforme con las tareas asignadas por la empresa.
				Se encuentra satisfecho con la remuneración que percibe
				Se encuentra satisfecho con los incentivos o bonos que ofrece la empresa.
			Relaciones Laborales	El persona FOH tiene buenas relaciones con sus jefes.
				Jamás ha tenido discusiones innecesarias con los clientes que ha atendido.
				Está satisfecho de las relaciones que mantiene con su con sus compañeros de trabajo.
				Acepta con naturalidad el proceso de supervisión establecido por la empresa.

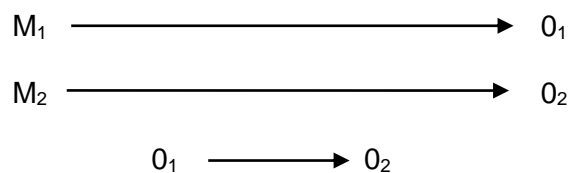
Rentabilidad Económica	Este concepto expresa la capacidad que una empresa tiene para realizarse, con el activo que controla, sea propio o ajeno. Esto es, qué monto de dinero gana por cada unidad de dinero que tiene. Esta rentabilidad económica indica que por cada 100 soles que ha invertido la empresa ha obtenido un beneficio, antes de intereses e impuestos. (Aguilar, 1989).	Es el monto de utilidades percibidas por una empresa, por el servicio o la venta de productos a terceros, el mismo que deberá responder a las expectativas de los empresarios. (El grupo investigador)	Efectividad en ventas	Número de clientes por mes durante el periodo seleccionado.
				Ingresos económicos (ventas) por mes durante el periodo seleccionado.
				Utilidad neta parcial y mensual durante el periodo seleccionado.

1.2 Diseño de investigación

Según Sampieri y otros (2003); y Sánchez y Reyes; (2002) en una investigación descriptiva no se somete a tratamiento la muestra de estudio, se observan las características del mismo y se procede a compararlas, correlacionarlas o compararlas. Simplemente a describir sus características observadas.

Este trabajo corresponde a un diseño No Experimental, Descriptivo Transversal. Ex post Facto. Este diseño se refiere a un fenómeno que ya pudo haber pasado o que puede estar pasando o que podría suceder en el futuro.

La finalidad de los estudios descriptivos es medir y describir las características de la variable de estudio, luego contrastarla empíricamente y de allí extraer las conclusiones que sean pertinentes y, sobre todo, responden a los objetivos previsto.



En este diseño: M₁ y M₂ son las dos muestras de estudio (Meseros y bartenders así como Administradores o gerentes).

O₁ y O₂ son los datos captados de las dos muestras, a través de los instrumentos aplicados.

1.3 Unidad de estudio

En esta investigación hay dos unidades de estudio diferentes:

- Una persona, administradora que ocupa cargo gerencial.
- Una joven que se encarga de la atención de los clientes que acuden al restaurant.

1.4 Población

La población estuvo conformada por dos estratos: El primer estrato conformado por siete (07) gerentes, cuatro en Lima y tres en Trujillo.

El segundo conformado por los meseros y bartenders que laboraron en el primer semestre del presente año y, conformados por 14 de los mismos.

Cuadro n.º 1.

Distribución de la población muestral

Cargo que desempeña	Nº	Porcentaje %
Gerente o administrador	7	33
Mesero y bartenders	14	67
Totales	21	100

Fuente: Cuadro de personal de la empresa TGI Fridays

1.5 Muestra (muestreo o selección)

De acuerdo a la realidad de la empresa, materia de esta investigación, los integrantes de la población son los mismos que conforman la muestra de estudio. Es así que se ha recolectado información de los citados integrantes de la población y, con dicha información ha sido posible obtener conclusiones que permiten efectuar algunas recomendaciones para superar las deficiencias encontradas en la influencia de la motivación en la rentabilidad económica de dicha empresa.

1.6 Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos

1.6.1 Técnicas:

En este trabajo de investigación se utilizaron las siguientes técnicas:

- **Análisis documental.** Este análisis se realizó durante todo el periodo, desde la elaboración del proyecto hasta la actualidad. Consistió en la consulta a las obras relacionadas con las dos variables de estudio así como aquellas que podían

aportar al proceso de recolección, tratamiento y extracción de conclusiones del estudio.

- **Encuesta y entrevista.** Se efectuó para recabar la información necesaria a fin de contar con los elementos de juicio que conlleven a la extracción y redacción de las conclusiones de la investigación.
- **Estadísticas.** Estas técnicas se emplearon para procesar la información, sobre todo, la de carácter numérico y calcular algunos parámetros estadísticos así como poder clasificarlos y representarlos gráficamente con sus correspondientes descripciones e interpretaciones.

1.6.2 Instrumentos

En coherencia con las técnicas señaladas en el rubro anterior, se diseñaron y aplicaron los siguientes instrumentos:

- **Fichas de investigación.** Estos instrumentos se utilizaron para asentar información importante acerca de las dos variables de estudio. Fueron bibliográficas, de resumen, de comentario y otras mixtas.
- **Guía de entrevista**
- **Guía de encuesta**

1.7 Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos

En este estudio se emplearon múltiples métodos, desde los métodos lógicos como el inductivo y el deductivo, así como el implicativo o hipotético deductivo. Así mismo, se emplearon métodos estadísticos como los relacionados con el cálculo de parámetros estadísticos y sus representaciones gráficas correspondientes.

Desde el campo estadístico se utilizaron técnicas relacionadas a la contrastación de la hipótesis planteada.

Entre los instrumentos utilizados fueron la ficha de encuesta para los meseros y bartenders así como la guía de entrevista para los gerentes o administradores. El procedimiento empleado es el que corresponde a toda investigación científica.

Después de aprobado el proyecto de investigación se procedió a lo siguiente:

- Consultas más profundas acerca de la naturaleza y significado de las dos variables.
- Preparación de los instrumentos de recolección de datos.

- Aplicación de los instrumentos a las unidades de análisis.
- Procesamiento de la información
- Sistematización de los resultados.
- Redacción de la Discusión y extracción de conclusiones del trabajo.
- Redacción del Informe (Tesis)

Criterios de clasificación de los datos de las encuestas aplicadas a los meseros y bartenders del restaurant:

Cuadro n.º 2.

Niveles de la encuesta por dimensión: Condición y Satisfacción Laboral

Dimensión 1 y Dimensión 2	
MUY BAJO	1-3
BAJO	4-6
MEDIO	07-9
BUENO	10-12
MUY BUENO	13-14

Fuente: Elaboración del Grupo Investigador

Cuadro n.º 3.

Niveles de la encuesta por dimensión: Relaciones Laborales

Dimensión 3	
MUY BAJO	1-2
BAJO	3-4
MEDIO	5-7
BUENO	8-10
MUY BUENO	11-12

Fuente: Elaboración del Grupo Investigador

Cuadro n.º 4.

Niveles de la encuesta por variable: Motivación del Personal

General: Variable	
MUY BAJO	1-8
BAJO	9 -16
MEDIO	17 - 24
BUENO	25 - 32
MUY BUENO	33 - 40

Fuente: Elaboración del Grupo Investigador

CAPÍTULO 4. RESULTADOS

1.1 Descripción de los resultados de la encuesta aplicada a los meseros y bartenders del restaurante TGI Fridays – Trujillo.

Tabla n.º 1.

Clasificación de niveles logrados en la encuesta aplicada. Dimensión: Condiciones Laborales

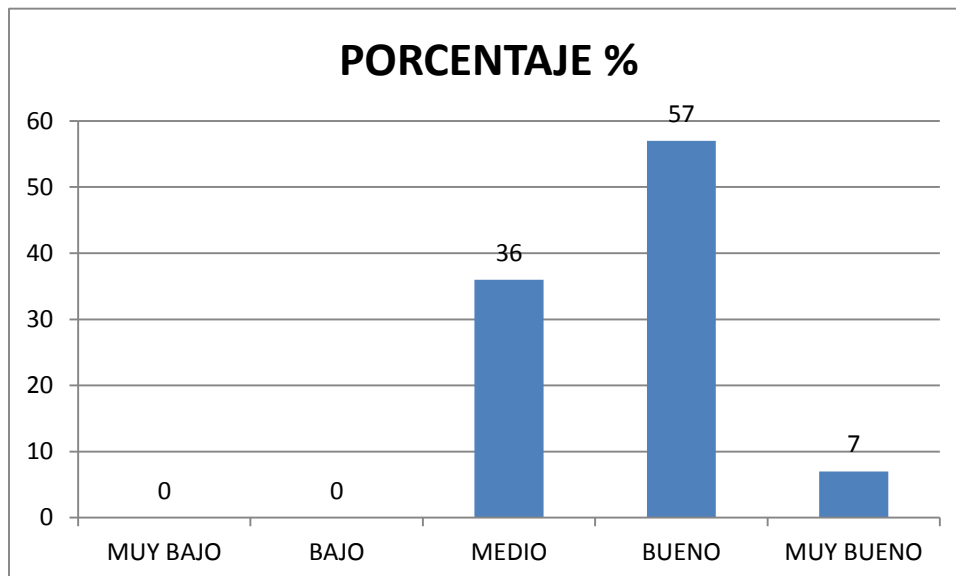
NIVEL	Nº	PORCENTAJE %
MUY BAJO	0	0
BAJO	0	0
MEDIO	5	36
BUENO	8	57
MUY BUENO	1	7
TOTAL	14	100

Fuente: Base de datos N° 01

En la tabla 1 que antecede se observa que los encuestados (meseros y bartenders) del restaurante TGI Fridays – Trujillo, en la dimensión condiciones laborales de la variable motivación del personal, se clasificaron en su mayoría (57%) en el nivel Bueno. Esto quiere decir que dichos trabajadores se sienten en condiciones favorables para continuar laborando en la empresa.

Gráfico n.º 1.

**Niveles logrados en la dimensión Condiciones Laborales. Variable
Motivación del Personal**



Fuente: Tabla n.º 1

Tabla n.º 2.

**Clasificación de niveles logrados en la encuesta aplicada. Dimensión:
Satisfacción Laboral**

NIVEL	Nº	PORCENTAJE %
MUY BAJO	0	0
BAJO	0	0
MEDIO	1	7
BUENO	7	50
MUY BUENO	6	43
TOTAL	14	100

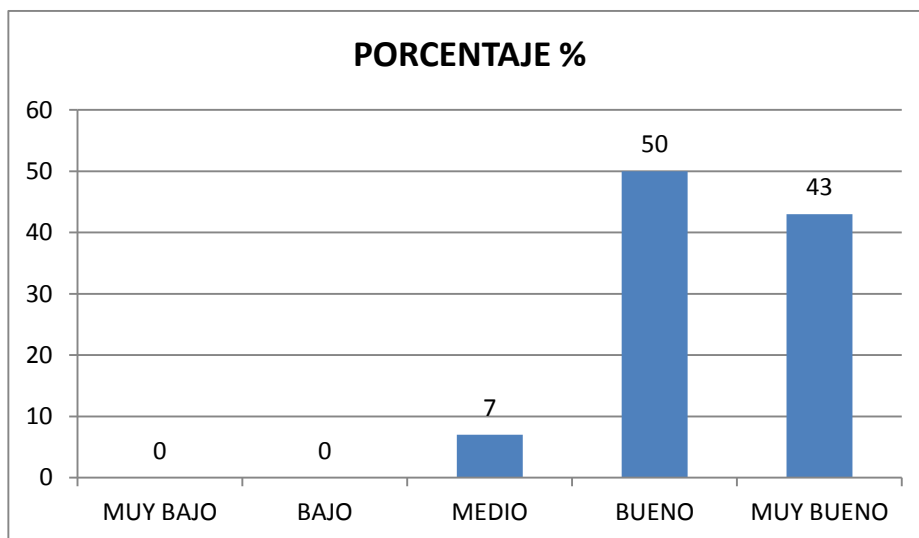
Fuente: Base de datos n.º 1.

En la tabla 2 que antecede se observa que los encuestados (meseros y bartenders) del restaurante TGI Fridays - Trujillo, en la dimensión satisfacción de la variable motivación del personal, se clasificaron en su mayoría (50%) en el nivel Bueno seguido de un importante

43% ubicado en el nivel Muy bueno. Esto quiere decir que dichos trabajadores se sienten en satisfechos de su clima laboral, lo que les estimula para continuar laborando en la empresa.

Gráfico n.º 2.

Niveles logrados en la dimensión Satisfacción Laboral. Variable Motivación del Personal



Fuente: Tabla n.º 2.

Tabla n.º 3.

Clasificación de niveles logrados en la encuesta aplicada. Dimensión: Relaciones Laborales

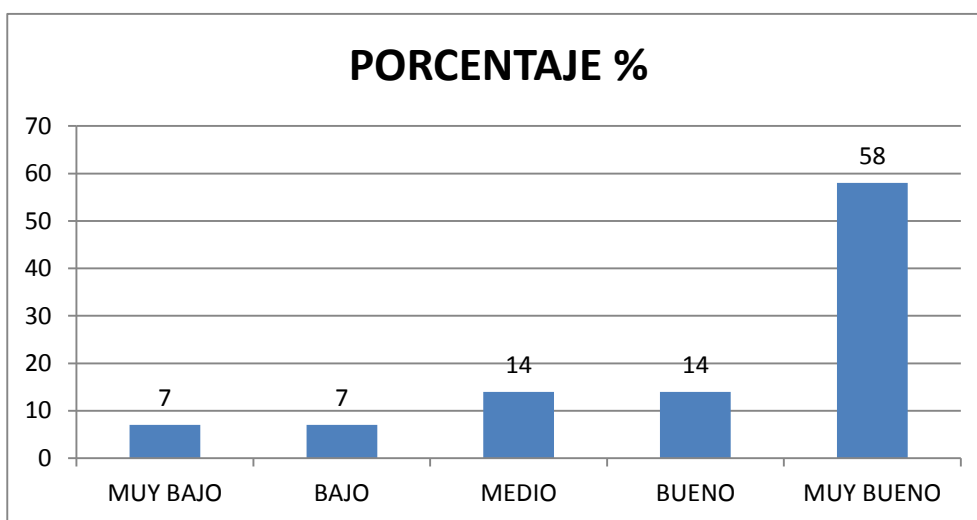
NIVEL	Nº	PORCENTAJE %
MUY BAJO	1	7
BAJO	1	7
MEDIO	2	14
BUENO	2	14
MUY BUENO	8	58
TOTAL	14	100

Fuente: Base de datos N° 01

En la tabla 3 que antecede se observa que los encuestados (meseros y bartenders) del restaurante TGI Fridays – Trujillo, en la dimensión relaciones laborales de la variable Motivación del personal, se clasificaron en su mayoría (58%) en el nivel Muy bueno. Esto quiere decir que dichos trabajadores se sienten contentos en su ambiente laboral, lo que les estimula para continuar laborando en la empresa.

Gráfico n.º 3.

Niveles logrados en la dimensión Relaciones Laborales. Variable motivación del personal



Fuente: Tabla n.º 3.

Tabla n.º 4.

Clasificación de niveles logrados en la encuesta aplicada. Variable Motivación del Personal

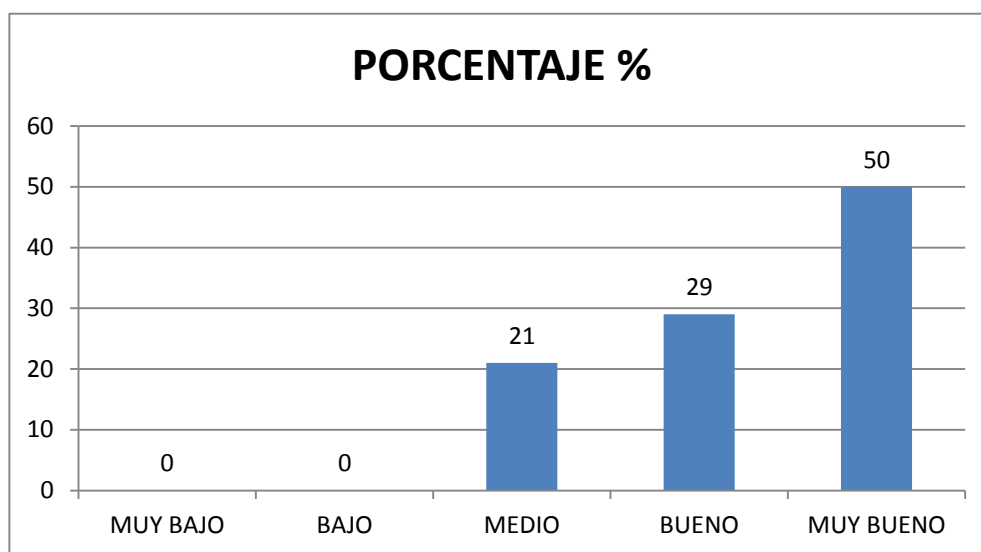
NIVEL	Nº	PORCENTAJE %
MUY BAJO	0	0
BAJO	0	0
MEDIO	3	21
BUENO	4	29
MUY BUENO	7	50
TOTAL	14	100

Fuente: Base de datos n.º 1.

En la tabla 4 que antecede se observa que los encuestados (meseros y bartenders) del restaurante TGI Fridays – Trujillo, en la variable Motivación del personal, se clasificaron en su mayoría (50%) en el nivel Muy bueno. Esto quiere decir que dichos trabajadores se sienten satisfechos y contentos en su ambiente laboral, lo que les es muy importante para continuar laborando en la empresa

Gráfico n.º 4.

Niveles logrados en la Variable Motivación del Personal



Fuente: Tabla n.º 4

1.2 Resultados de la aplicación de las entrevistas a 7 administrativos (Gerentes de la empresa TGI Fridays Trujillo). En dos oportunidades

Tabla n.º 5.

Número de clientes que utilizaron los servicios del restaurant TGI Fridays Trujillo en el primer semestre del año 2017

MES	CLIENTES
Enero	6 230
Febrero	6 845
Marzo	7 166
Abril	5 736
Mayo	4 917
Junio	5 903

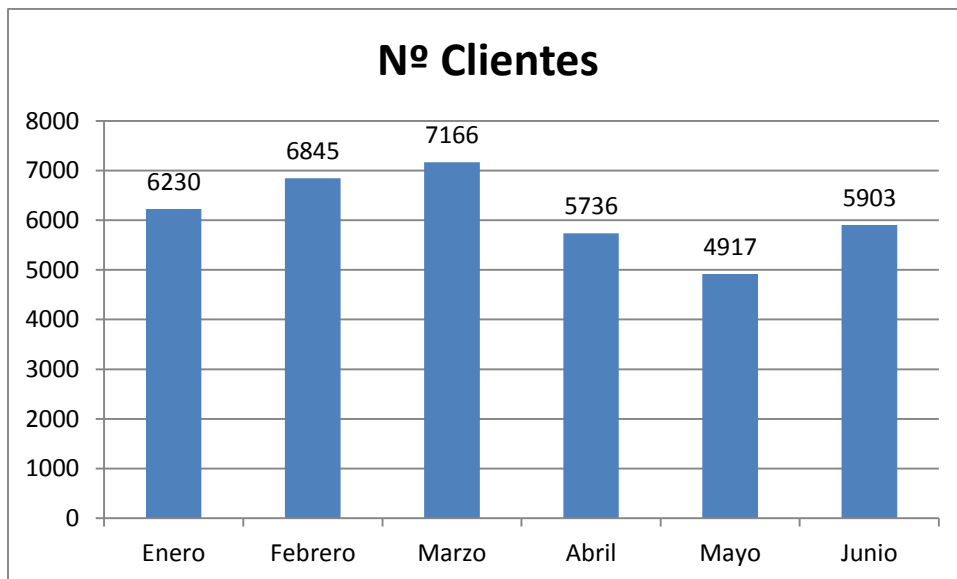
Fuente: Libro contable de la empresa TGI Fridays Trujillo. Año 2017

Descripción

En base a la tabla 5 que antecede, el promedio de clientes en el primer semestre del 2017 fue de 6 133.

Gráfico n.º 5.

Clientes que utilizaron los servicios del restaurant TGI Fridays



Fuente: Tabla n.º 5.

Tabla n.º 6.

Ventas en el primer semestre del año 2017 en el restaurant TGI Fridays Trujillo

MES	VENTAS
Enero	S/.180,437.04
Febrero	S/. 188,822.49
Marzo	S/. 198,922.23
Abril	S/.168,395.08
Mayo	S/. 157,698.72
Junio	S/. 199,723.92

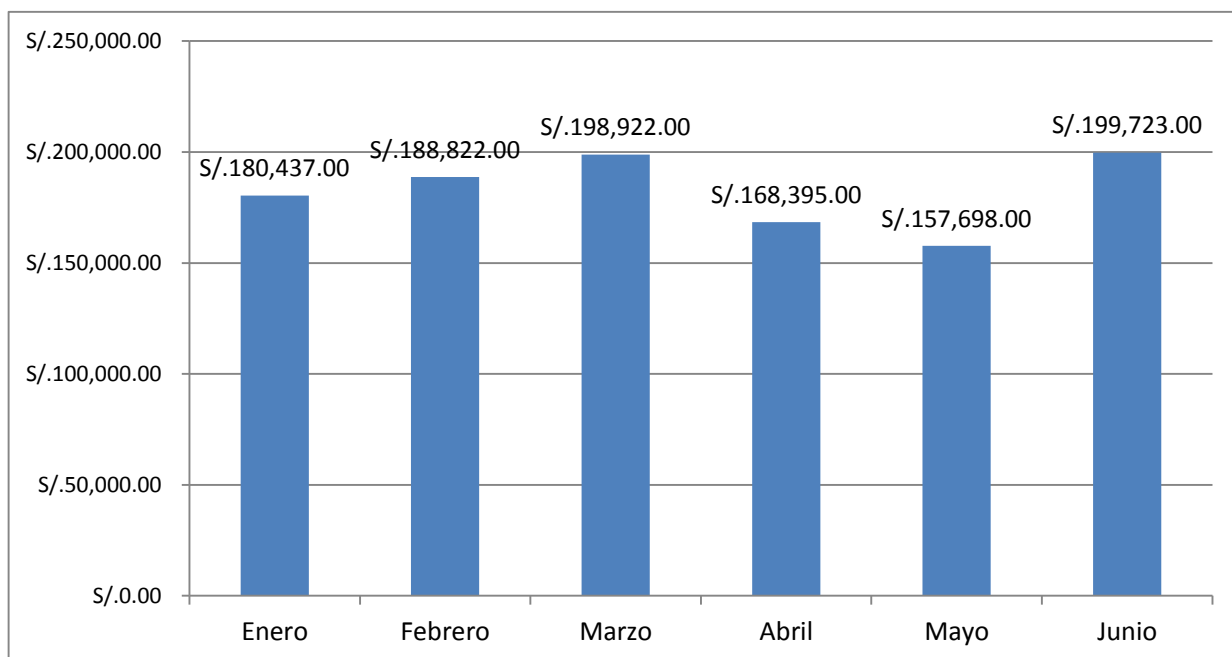
Fuente: Libro contable de la empresa TGI Fridays Trujillo. Año 2017.

Descripción

Según los cálculos, en base a los datos de la tabla 6, el promedio de ventas en el primer semestre de 2017 fue S/ 182 233 soles.

Gráfico n.º 6.

Ventas en el primer semestre del año 2017



Fuente: Tabla n.º 6.

Tabla n.º 7.

Utilidades netas del restaurant TGI Fridays Trujillo en el primer semestre del año 2017

Primera entrevista	Utilidades	Segunda entrevista	Utilidades
Administrador 1	17	Administrador 1	17
Administrador 2	19	Administrador 2	17
Administrador 3	18	Administrador 3	18,5
Administrador 4	20	Administrador 4	19
Administrador 5	21	Administrador 5	20
Administrador 6	19,5	Administrador 6	19,5
Administrador 7	17,8	Administrador 7	17,8

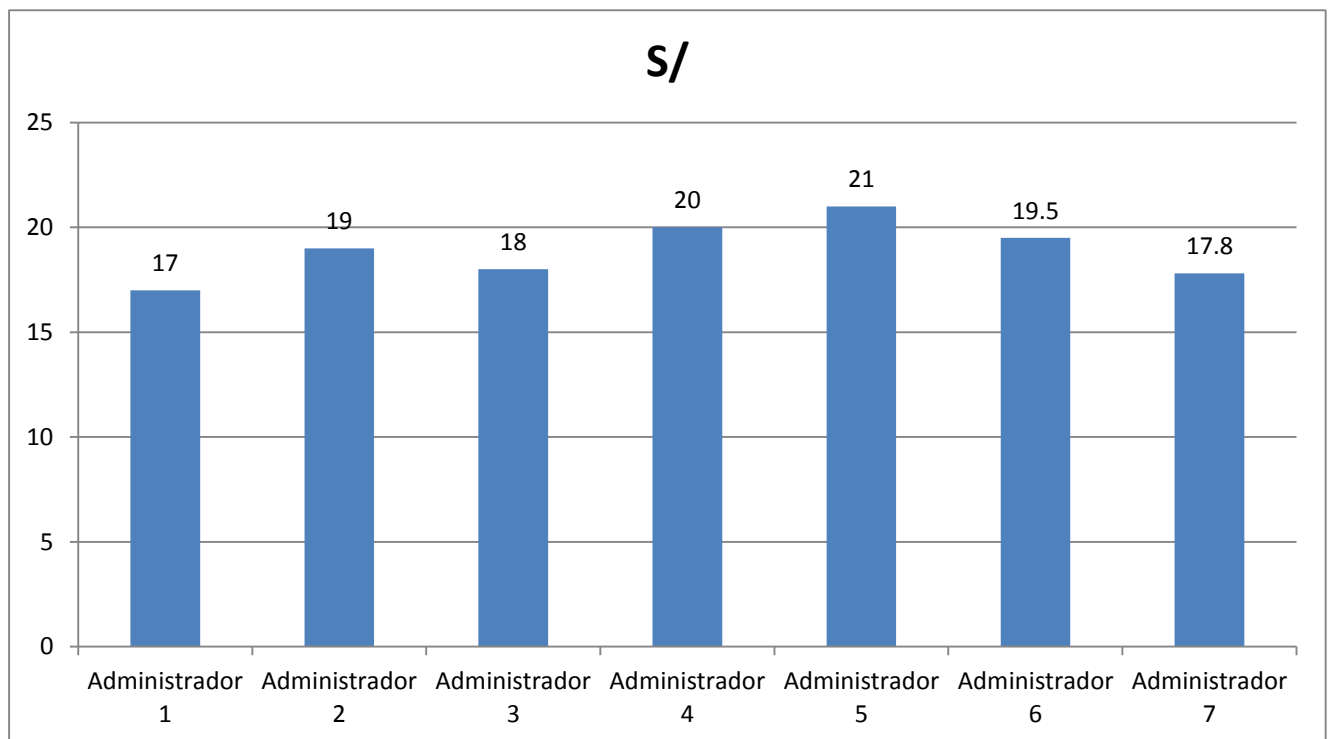
Fuente: Libro contable de la empresa TGI Fridays Trujillo. Año 2017

Descripción

Según los cálculos, en base a los datos de la tabla 7, el promedio de utilidades en el primer semestre de 2017 fue S/ 18 650 soles.

Gráfico n.º 7.

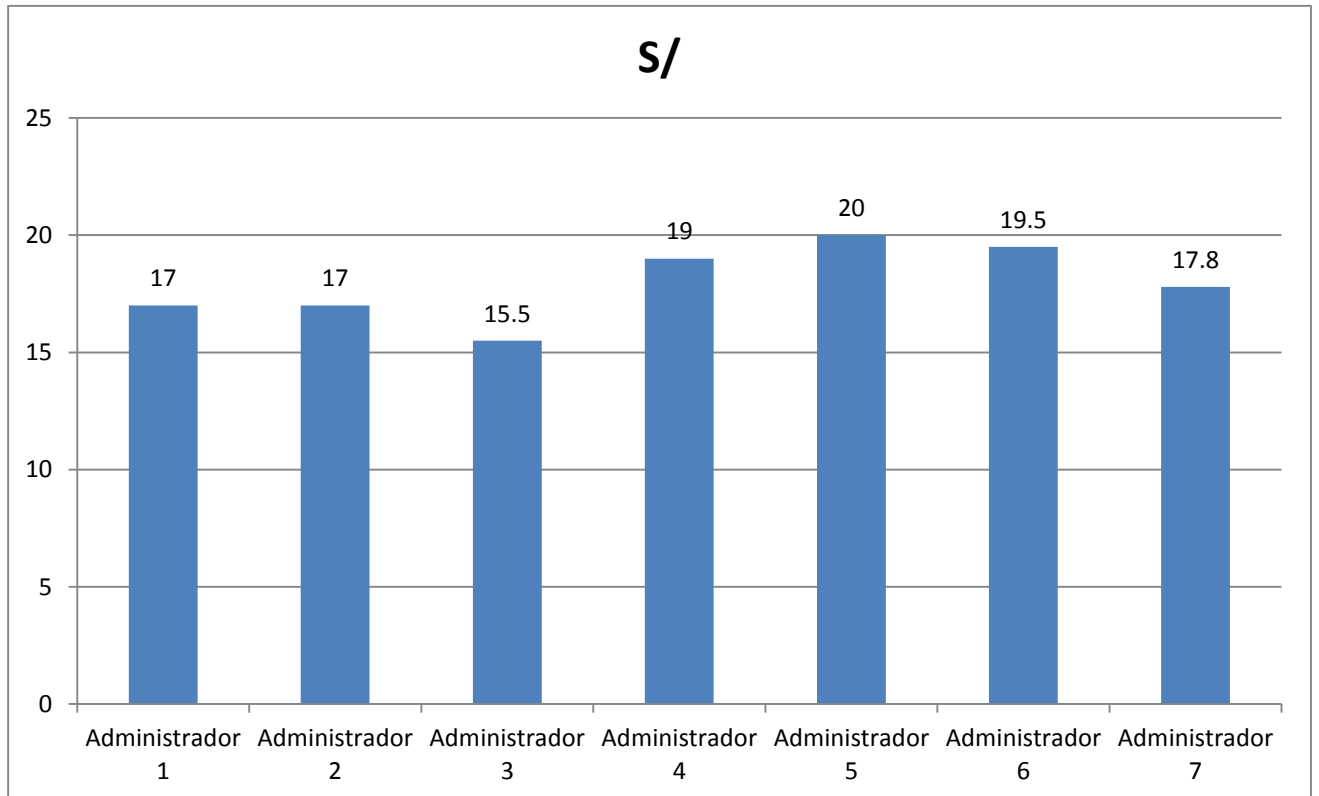
Utilidades netas del restaurant TGI Fridays Trujillo en el primer semestre del año 2017. Primera entrevista



Fuente: Tabla n.º 7.

Gráfico n.º 8.

Utilidades netas del restaurant TGI Fridays Trujillo en el primer semestre del año 2017. Segunda entrevista



Fuente: Tabla n.º 7.

Tabla n.º 8.

Contrastación de hipótesis mediante la prueba Chi Cuadrado

Tabla de datos básicos

Nº	Rentabilidad	Cond. Lab.	Satisf. Lab.	Relac. Lab.	Motiv
1	17	10	14	12	36
2	19	12	10	1	23
3	18	12	14	11	37
4	20	7	8	8	23
5	21	13	13	11	37
6	19,5	9	11	11	31
7	17,8	10	11	10	31
8	17	9	11	7	27
9	17	12	14	12	38
10	18,5	9	13	12	34
11	19	11	12	12	35
12	20	8	12	3	23
13	19,5	12	13	11	36
14	17,8	11	11	7	29
	18,65	1,032	3,241	1,697	1,286

Fuente: Cuadro de Base de datos.

Planteamiento de hipótesis:

Si Chi calculado es mayor que Chi tabular: Se rechaza la hipótesis nula, en todos los casos, en otras palabras decimos que hay asociación entre las dos variables contrastadas. Si Chi calculado es menor que Chi tabular: Se acepta la hipótesis nula, en todos los casos, en otras palabras decimos que no hay asociación entre las dos variables contrastadas y, por lo tanto las dos variables son independientes entre sí.

Interpretación de los resultados obtenidos:

En la tabla anterior observamos que el valor de Chi Cuadrado calculado entre la Rentabilidad y la dimensión Condiciones Laborales de la variable Motivación del personal resultó 1,032. Siendo este valor menor que el que da la tabla: Chi tabular: 26,30; para (5-1) (5-1) = 16 Grados de Libertad y 5% de significación estadística, se decide rechazar la hipótesis alterna y aceptar la hipótesis nula, es decir, las dos distribuciones contrastadas son independientes y, por lo tanto, no hay asociación entre la Rentabilidad del restaurante y la indicada dimensión de la Motivación del personal.

En la tabla anterior observamos que el valor de Chi Cuadrado calculado entre la Rentabilidad y la dimensión Satisfacción Laboral de la variable Motivación del personal resultó 3,241. Siendo este valor menor que el que da la tabla: Chi tabular: 26,30; para (5-1) (5-1) = 16 Grados de Libertad y 5% de significación estadística, se decide rechazar la hipótesis alterna y aceptar la hipótesis nula, es decir las dos distribuciones contrastadas son independientes y, por lo tanto, no hay asociación entre la Rentabilidad del restaurante y la indicada dimensión de la Motivación del personal.

En la tabla anterior observamos que el valor de Chi Cuadrado calculado entre la Rentabilidad y la dimensión Relaciones Laborales de la variable Motivación del personal resultó 1,697. Siendo este valor menor que el que da la tabla: Chi tabular: 26,30; para (5-1) (5-1) = 16 Grados de Libertad y 5% de significación estadística, se decide rechazar la hipótesis alterna y aceptar la hipótesis nula, es decir las dos distribuciones contrastadas son independientes y, por lo tanto, no hay asociación entre la Rentabilidad del restaurante y la indicada dimensión de la Motivación del personal.

En la tabla anterior observamos que el valor de Chi Cuadrado calculado entre la Rentabilidad Económica y la variable Motivación del personal resultó 1,286. Siendo este valor menor que el que da la tabla: Chi tabular: 26,30; para (5-1) (5-1) = 16 Grados de Libertad y 5% de significación estadística, se decide rechazar la hipótesis alterna y aceptar la hipótesis nula, es decir las dos distribuciones contrastadas son independientes y, por lo tanto, no hay asociación entre la Rentabilidad del restaurant y la Motivación del personal.

CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN

La tesis que lleva por título: Influencia de la motivación del personal (FOH) en la rentabilidad del restaurant T.G.I. Fridays – Trujillo; tuvo como Objetivo General: Describir el grado de influencia de la motivación del personal (FOH) en la rentabilidad del restaurant T.G.I. Fridays – Trujillo 2017. Para el efecto, se seleccionó el siguiente diseño: Tomar como muestra de estudio parte del personal que opera los servicios del indicado restaurant, en este caso 14 personas entre meseros y bartenders. Así mismo, se comprometió para que brinde información personal del órgano administrativo, esto es, tres gerentes responsables en esta ciudad y cuatro gerentes que están a cargo de la empresa a nivel nacional ubicados en la ciudad de Lima.

Por otro lado, se creyó conveniente emplear el diseño descriptivo *expost facto*. Utilizando una guía de encuesta para aplicarla a los meseros y bartenders; así como una guía de entrevista para recoger información de parte de los administradores, se estableció que en el caso de los meseros y bartenders, el nivel de motivación que expresaron se ubica en el Nivel Bueno, tanto al nivel de dimensiones como en la variable motivación.

En cuanto a la segunda variable se optó por la siguiente estrategia: entrevistar a los siete gerentes, en una primera oportunidad y transcurridos 25 días volver a entrevistarlos. Al procesar la información se encontró que el promedio de rentabilidad obtenida por el restaurant durante el primer semestre del presente año fue aproximadamente 18 mil soles.

Por otra parte, al calcular el grado de implicancia de la variable motivación del personal en la rentabilidad económica del referido restaurant y, aplicando la prueba Chi Cuadrado con 16 grados de libertad y 5% de nivel de significación, se estableció que la información brindada por los meseros y bartenders eran independiente de la información obtenida de los gerentes. Los cálculos se efectuaron tomando como base la clasificación cuyo criterio fue designar cinco rangos para cada variable.

Desde otro ángulo, según esta investigación, se coincide en parte con el resultado de Maldonado (2017) quien concluye en su estudio que los colaboradores se sienten arraigados a su centro laboral cuando perciben incentivos monetarios que es el primer indicador de la motivación laboral.

Así mismo, se encuentra cierta similitud con lo que dice Hurtado (2016) en el sentido que existe un alto nivel de competencia y una serie de propuestas para mejorar la rentabilidad, el posicionamiento y el funcionamiento de los principales departamentos del restaurant, que seleccionaron como muestra de estudio.

Además, se está de acuerdo con la propuesta de Olvera (2013) en el sentido de que sus conclusiones coinciden con nuestras perspectivas, las mismas que indican que, para obtener un mayor beneficio en una empresa es necesario incidir en la motivación del personal, además deberá plantearse con regular frecuencia planes de acción para el manejo del recurso humano, tomando en cuenta el establecimiento de incentivos que promuevan eficiencia y eficacia de los colaboradores.

Se encuentra también mucha coincidencia con el estudio realizado por Castañeda y Julca (2016) en el cual se identificó que la empresa seleccionada como su muestra de estudio no cuenta con un plan de motivación para el personal del área de ventas. Conociendo estos resultados se procedió a diseñar un plan de motivación para los trabajadores de dicha área. En este mismo estudio se consideró que la motivación extrínseca tenía mayor influencia en los trabajadores, aplicando el plan de acción, e incluyendo como estrategia la motivación obtuvieron resultados positivos; ya que las ventas obtenidas en este periodo superaron en un 20% a las ventas de meses anteriores.

También, se encuentra cierta similitud con el estudio de Velásquez (2013) quien entre sus resultados encontró que el 57,5% de los encuestados se encontraban insatisfechos por los incentivos económicos, mientras que el 100% se encontraba satisfecho con el ambiente de trabajo y el 76,1% satisfecho por el desarrollo profesional y oportunidades que brinda la empresa. Estos datos reflejan que, efectivamente, la gestión de la motivación laboral influye en la productividad de la empresa.

Desde otra óptica, el presente trabajo se encuentra respaldado por los estudios de Chiavenato y Maslow; quienes ponen énfasis en la importancia de la motivación, en cualquiera de sus formas, para el logro de objetivos y metas personales e institucionales. Lo que constituye un evidente respaldo a las conclusiones de este trabajo. También se encuentra coherencia con el artículo de Marta (2014) en el que destaca el valor de la motivación en la consecución de metas y éxitos. De igual forma, la teoría sobre los tipos de motivación de García – Allen (s.f.) han sido tomados en cuenta en el presente estudio a fin de clarificar su significado y reconocer en los colaboradores su caracterización por el tipo de motivación. De igual manera, el presente estudio se ve reforzado por las teorías de Herzberg (1959).

CONCLUSIONES

- a. El nivel de motivación, en el personal (FOH) del restaurante TGI Fridays – Trujillo, durante el primer semestre del presente año 2017, fue Muy bueno.
- b. El promedio de clientes del restaurante TGI Fridays durante el primer semestre del presente año 2017, fue: 6 133.
- c. El promedio de ventas del restaurante TGI Fridays durante el primer semestre del presente año 2017, fue 182 333 soles.
- d. El promedio de utilidades netas del restaurante TGI Fridays, durante el primer semestre del presente año 2017, fue 18 650 soles.
- e. La relación entre la motivación del personal (FOH) y la rentabilidad económica del restaurant TGI Fridays Trujillo, en el primer semestre del presente año 2017, fue, según la prueba Chi Cuadrado con 16 grados de libertad y 5% de significación estadística, de independencia de variables, es decir, no hay asociación entre ambas variables.

RECOMENDACIONES

- a. Diseñar un Plan de Capacitación para el personal conformado por meseros y bartenders, a fin de lograr mayor eficiencia en el desempeño de sus funciones.
- b. Diseñar un Plan de Acciones que conlleven a posicionar la marca en el público Trujillano.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abrajan, M., Contreras, J., & Montoya, S. (2009). *Grado de satisfacción laboral y condiciones de trabajo: Una exploración cualitativa*. Enseñanza e Investigación en Psicología.
- Aguilar, I. (1989). *Rentabilidad y riesgo en el comportamiento financiero de la empresa*. Ed. CIES. Las Palmas.
- Alvarado, O. (1999). *Empresa y gerencia educativa*. Humanitas N° 22 – 23. Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad de Lima.
- Bonet, J. (1994). *Sé amigo de ti mismo*. Bilbao: Edit. SAL TERRAE.
- Branden, N. (1983). *El respeto hacia uno mismo*. México: Edit. Paidós.
- Caballero, K. (2002). *El concepto de “satisfacción en el trabajo” y su proyección en la enseñanza*. Recuperado de: <http://www.ugr.es/~recfpro/rev61COL5.pdf>
- Castañeda, E. y Julca, L. (2016). *Aplicación de un programa de motivación laboral para mejorar la productividad de los trabajadores del área de ventas en la Distribuidora Casther y Asociados SAC para el año 2016*. Universidad Antenor Orrego. Tesis para optar el Título de Licenciado en Administración.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de Recursos Humanos*. Octava edición. México: DF McGraw-Hill Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Dessler, G. (2009). *Administración de Recursos Humanos*. Decimoprimer edición. México, DF: Pearson Educación.
- Díaz, M. (2012). *Análisis contable con un enfoque empresarial*. Edumet.Net. Libro electrónico. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1229/index.htm>

García, J. (1996). *La motivación y el trabajo en equipo*. Perú: Cinseyt.

García-Allen, J. (s/f). *Tipos de motivación: las 8 fuentes motivacionales*. Artículo electrónico.
Recuperado de: <https://psicologiyamente.net/psicologia/tipos-de-motivacion>

Gitman, L. (2007). *Principios de Administración Financiera*. 11va. Ed. México: Ed. Pearson Educación.

Herzberg, F. (1959). *One More Time: How do you Motivate Employees?* Harvard Business Review.

Hurtado, B. (2016). *Plan de mejoramiento del restaurante cevichería "Conchitas y cazuelas", ubicado en la ciudad de Quito*. Universidad de las Américas. Tesis para optar el Título de Ingeniería Comercial con mención en Administración de Empresas. Recuperado de: <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/5051/1/UDLA-EC-TIC-2016-16.pdf>

Locke, E.A. (1976). *The nature and causes of job satisfaction*. En M.D. Dunnette (ed.) Handbook of Industrial and Organizational Psychology. Chicago: Rand McNally.

Maldonado, S. (2017). *Incentivos monetarios y motivación laboral (Estudio realizado con colaboradores del área de ventas de empresa productora y distribuidora de bebidas carbonatadas con sede en Quetzaltenango)*. Universidad Rafael Landívar Facultad de Humanidades Guatemala. Tesis para optar el Grado Licenciatura en Psicología Industrial/Organizacional. Recuperado de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/05/43/Maldonado-Shirley.pdf>

Maslow, A. (1943). *Motivación y personalidad*. Barcelona: Edit. Sagitario.

Murray, S: (1969). *Estadística*. 1ra ed. Colombia: Carvajal y Compañía.

Navarro, E. (2008). *Aportación al estudio de la satisfacción laboral de los profesionales técnicos del sector de la construcción: una aplicación cualitativa en la Comunidad Valenciana*. Tesis doctoral no publicada. Universidad Politécnica de Valencia. España. Recuperado de: <https://riunet.upv.es/handle/10251/2189>

- 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*. Universidad de Guayaquil. Facultad de Ciencias Psicológicas. Tesis de Grado para optar por el Título de Psicóloga Industrial. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10432/1/TESIS%20DE%20GRADO%20-%20YOLANDA%20OLVERA.pdf>
- Sampieri y otros (2003). *Metodología de la investigación*. 3ra edición. México: McGraw Hill/Interamericana Editores.
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2002). *Metodología y Diseños en la Investigación Científica*. Lima: Universidad Ricardo Palma.
- Velásquez, N. (2015). *Gestión de motivación laboral y su influencia en la productividad de las empresas industriales en Chimbote*. Chimbote. Universidad Nacional de Trujillo. Escuela de post grado Programa Doctoral de Contabilidad y Finanzas. Tesis para optar el Grado de Doctor en Contabilidad y Finanzas. Recuperado de: <http://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increcendo/article/view/1119>
- Wehrich, H. y Koontz, H. (2012). *Administración, Una perspectiva global y diferente*. Decimocuarta edición. México, DF: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Weinert, B. (1987). *Manual de Psicología de la Organización*. Barcelona: Herder.
- Werther, W. y Davis, K. (2008). *Administración de Recursos Humanos*. Sexta Edición ed. México, DF: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Zelada, L. (2016). *Atención al cliente y su influencia en el nivel de ventas de la Ferretería Solano E.I.R.L. en el primer semestre del 2016 del distrito de Trujillo*. Universidad Nacional de Trujillo. Facultad de Ciencias Económicas. Escuela Académico Profesional de Administración de Empresas. Tesis para optar el Título de Licenciado en Administración. Recuperado de Biblioteca digital de la UNT.