



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO

**DISEÑO DE PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE:**

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**PLAN DE MOTIVACIÓN LABORAL A LOS EMPLEADOS PARA EL
INCREMENTO EN EL ÁREA DE VENTAS DE LA EMPRESA AGRIPAC**

Tutor:

Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

Autor:

Pérez Camacho Oscar Michell

Guayaquil – Ecuador

2019



DEDICATORIA

La presente tesis la dedico a toda mi familia y amigos, principalmente a mis padres que han sido un pilar fundamental en mi formación como profesional, por brindarme confianza consejos y recursos para lograrlo, a mi novia gracias por estar hay siempre en esos momentos difíciles brindándome su amor.

Oscar Michell Pérez Camacho



AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, a esos verdaderos amigos con los que hemos compartido todos estos años de clases juntos, a los profesores quienes se han tomado el trabajo de transmitir sus conocimientos, especialmente del campo y de los temas que corresponden a mi profesión.

Oscar Michell Pérez Camacho



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor (a) del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **Propuesta para mejorar la motivación laboral de la empresa Agripac en el departamento de ventas en el cantón Babahoyo** y problema de investigación: **¿Cómo incide la motivación a los empleados para el debido incremento en el área de ventas en la empresa Agripac ubicada en el cantón Babahoyo , Provincia de Los Ríos , en el año 2019** presentado por **Oscar Michell Pérez Camacho** como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresado:

Tutor:

Pérez Camacho Oscar Michell Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, PEREZ CAMACHO OSCAR MICHELL en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación Plan de Motivación Laboral a los Empleados para el Incremento en el Área de Ventas de la Empresa AGRIPAC, de la modalidad semipresencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnología en Administración de Empresas, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

PEREZ CAMACHO OSCAR MICHELL

Nombre y Apellidos del Autor

No. de cédula: 1206149088

Firma

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.**

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Firma

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y
CIENCIAS
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**PLAN DE MOTIVACIÓN LABORAL A LOS EMPLEADOS PARA EL
INCREMENTO EN EL ÁREA DE VENTAS DE LA EMPRESA AGRIPAC**

.Autor: Pérez Camacho Oscar Michell

Tutor: Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

Resumen

En la empresa AGRIPAC S.A. Babahoyo, dedicada a producir, distribuir y comercializar insumos agropecuarios e industriales de excelente calidad para satisfacer los requerimientos y expectativas a nivel nacional e internacional; reservando el medio ambiente, así como la salud, integridad y seguridad de todo el personal que se encuentra ubicada en la avenida. Enrique Ponce Luque #427 y Primera Transversal, Babahoyo, Los Ríos, las ventas que reporta mes a mes presentan una disminución, por lo cual mediante este estudio se pretende establecer un plan de motivación y mejorar la atención al cliente. La metodología que se ha utilizado es la investigativa y descriptiva para poder identificar las causas y consecuencias que han dado como resultados la baja rentabilidad en cuanto a ventas se refiere. Se ha considerado además de una población de dieciocho integrantes que lo conforman la parte administrativa y de servicio y los clientes que frecuentan a realizar las compras, con una muestra aleatoria dado a que por ser una población finita se tomará la misma población. Se aplicaron entrevistas a los de la alta gerencia y las encuestas al personal de servicio. Los resultados han dado lugar a la propuesta de un Plan de Motivación Laboral con el propósito de mejorar el desempeño laboral.

Motivación
laboral

Cientes

Ventas

Rentabilidad



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y
CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**PLAN DE MOTIVACIÓN LABORAL A LOS EMPLEADOS PARA EL
INCREMENTO EN EL ÁREA DE VENTAS DE LA EMPRESA AGRIPAC**

Author: Pérez Camacho Oscar Michell

Tutor: Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

Abstract

In the company AGRIPAC S.A. Babahoyo, dedicated to producing, distributing and marketing agricultural and industrial supplies of excellent quality to meet national and international requirements and expectations; reserving the environment, as well as the health, integrity and safety of all personnel located on the avenue. Enrique Ponce Luque # 427 and first Transversal, Babahoyo, Los Ríos, the sales that it reports month by month show a decrease, which is why this study aims to establish a motivation plan and improve customer service. The methodology that has been used is the research and descriptive to identify the causes and consequences that have resulted in low profitability in terms of sales. It has also been considered a population of eighteen members that make up the administrative and service part and customers who frequent purchases, with a random sample given that because it is a finite population the same population will be taken. Interviews were applied to those of senior management and surveys to service personnel. The results have resulted in the proposal of a Work Motivation Plan with the purpose of improving work performance.

Motivation

Customers

Sales

Rentability

ÍNDICE GENERAL

Portada.....	I
Dedicatoria	II
Agradecimiento.....	III
Certificación de aceptación del tutor	IV
Clausula de autorización para la publicación de trabajo de titulación	V
Certificacion de aceptacion del CEGESCIT.....	VI
Resumen	VII
Abstract.....	VIII
Índice de general	IX
Índice de tablas.....	XII
Índice de graficos	XIII
Capitulo 1	1
El problema	1
Planteamiento del problema.-	1
Ubicación del problema en un contexto	3
Situación conflicto.....	4
Delimitación del problema.....	5
Formulación del problema	5
Variables de investigación:	6
Evaluación del problema.....	6
Objetivos de la investigación	7

Objetivo general.-	7
Objetivos específicos.-	7
Interrogantes de la investigación	8
Justificación e importancia.	8
Aspectos que justifican la investigación	9
Viabilidad de la investigación	9
Capítulo ii	10
Marco teórico.....	10
Antecedentes históricos.....	10
Antecedentes referenciales	24
Fundamentación legal	28
Plan nacional toda una vida (2017).....	29
Variables de la investigación	30
Definiciones conceptuales	30
Capitulo iii.....	33
Metodología.....	33
Datos de la empresa	33
Visión:.....	33
Misión:	33
Valores corporativos	34
Logo de la empresa	35
Organigrama de agripac.	36
Diseño de la investigación	37
Tipos de investigación	38

Población y muestra	39
Población:	39
Población finita	39
Población infinita	40
Muestra	40
Técnicas e instrumentos de la investigación.....	41
Encuesta	42
Entrevista:.....	42
Procedimiento de la investigación.....	43
Encuesta a los colaboradores.....	43
Entrevista al gerente	43
Capitulo iv.....	44
Análisis e interpretación de resultados.....	44
Aplicación de las técnicas e instrumentos	44
Entrevista realizada al gerente de agripac s.a.	49
Plan de motivación laboral para agripac s.a.	50
Objetivo del plan de mejora	50
Condiciones previas:	50
Plan de motivación laboral a la empresa agripac s.a.	52
Conclusiones	59
Recomendaciones	60
Bibliografía.....	61
Anexos	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tipos de Investigación	38
Tabla 2 Universo.....	40
Tabla 3 Procedimientos	42
Tabla 4 Atención al cliente.....	44
Tabla 5 Proceso adecuado en atención al cliente	45
Tabla 6 Incentivos y reconocimientos al personal	46
Tabla 7 Ambiente laboral armónico	47
Tabla 8 Plan de motivación.....	48
Tabla 9 Factores Internos y Externos	51
Tabla 10 Planificación.....	52
Tabla 11 Tipos de Comunicación Interna.....	53
Tabla 12 Principios generales de la Comunicación Interna.....	54

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Atención al cliente	44
Gráfico 2 Proceso adecuado en atención al cliente	45
Gráfico 3 Incentivos y reconocimientos al personal	46
Gráfico 4 Ambiente laboral armónico	47
Gráfico 5 Plan de Motivación	48
Gráfico 6 Tipos de Comunicación Interna	53
Gráfico 7 Plan de Comunicación Interna.....	54
Gráfico 8 Fracazos al no trabajar en equipo	55
Ilustración 9 Beneficios de trabajar en equipo.....	55
Gráfico 10 Aspectos que son afectados en los trabajadores de una empresa	56
Gráfico 11 Factores que generan estrés laboral	56
Gráfico 12 Causas de los conflictos laborales.....	57
Gráfico 13 Recomendaciones para evitar los conflictos laborales.....	57
Gráfico 14 Evidencias de tener una alta estima laboral	58
Gráfico 15 Beneficios de la estabilidad emocional en el trabajo.....	58

CAPITULO 1

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema.-

Las ventas son uno de los aspectos que las empresas siempre concentran sus esfuerzos para elevar los niveles de rentabilidad y por ende se podrá ubicar en uno de los sitios económicos que conviene a toda la estructura organizacional, dado su importancia se debe buscar siempre las alternativas para que cada año tengan una tendencia de crecimiento para que aquello se pueda cumplir para el logro de los objetivos determinados.

Ahora bien, los administradores siempre buscan exigir a sus subordinados para que cumplan sus funciones y que mejoren cada vez su rendimiento laboral, pero descartan el hecho de que ellos tienen muchas situaciones que son personales y que inciden en lo laboral lo que hace que se sientan desmotivados de cumplir con sus obligaciones.

Según Zúñiga, (2017) refiere que “la motivación en los servidores cualquiera que sea su enfoque de servicio siempre va a ser afectados por factores externos e internos, y muchas veces los internos son los que más prevalecen para que su motivación tenga un comportamiento que no es el adecuado y que se afecte en su desempeño laboral”. Es decir que, se debe considerar que siempre un empleado va a rendir bien en sus funciones cuando sus aspectos emocionales están estables.

Una de las características esenciales para el aumento de las ventas y hacer frente a la competitividad es que el aumento del nivel de sus ingresos depende mucho del talento humano que está al frente atendiendo al cliente, porque muchas veces se centra en otros enfoques en cuanto a los procesos de producción, o procesos operativos pero lo

que menos se ocupan es que se sientan motivados las personas que trabajan que son de quienes depende el progreso de la organización.

La eficiencia y la eficacia son dos de los elementos más relevantes para que exista rentabilidad en una organización, pero estos dos elementos siempre van a depender del recurso humano, por ende tal recurso debe estar con buenas actitudes frente a los procesos de compromisos de elevar el nivel de ventas.

Según Bermúdez, (2018) la motivación de los empleados en una empresa va a depender mucho de la alta gerencia y el compromiso de prever que ellos se sientan en completo ánimo para cumplir con todos los compromisos, la estimulación y los incentivos forman parte de aportar para que los servidores se sientan satisfechos. Es decir, que cada uno de los empleados deben estar debidamente motivados y no hay mejor manera es que los altos directivos puedan cubrir sus necesidades básicas.

La agencia Agripac S.A, ubicada en la ciudad de Babahoyo, provincia de Los Ríos ha tenido participación en el mercado local dado a que se ha expandido por parroquias aledañas donde se ve la necesidad por ser sectores agrícolas de posicionarse, pero en cuanto a las ventas se debe considerar que los clientes reciban una atención personalizada y para ello el personal de servicio debe estar capacitado no solo en el conocimiento de brindar el producto sino la manera de persuadir al cliente.

Por ello, de acuerdo al análisis situacional se ha identificado mediante la observación de campo que las ventas no satisfacen los objetivos planteados por Agripac, y que debe identificar cuáles son las falencias y debilidades para que esta problemática disminuya y de esta forma elevar el nivel de ventas en los demás meses. Otros de los aspectos es que no hay un programa de incentivos que ayuden a que los empleados se sientan motivados para que mejoren su rendimiento.

Se debe considerar que los empleados requieren no solo un aumento de sueldos o premios sino también que sean considerados en cuanto a

reconocer sus trabajos y que se pueda brindar un buen ambiente laboral, que no sean hostiles en la demanda sino que sepan que se trata con personas y no con un ente organizativo al que se le obliga para ver resultados y nada más.

Ubicación Del Problema En Un Contexto

Desde una perspectiva global, la demanda de mejorar las ventas tiene un auge muy fuerte y acelerado, en Estados Unidos se han establecidos culturas que permiten incentivar al personal operativo para que mejoren los rendimientos laborales y que sus resultados son visibles. Según International Business, (2015) las empresas radicadas en Canadá, Estados Unidos y México han forjado una imagen de motivación, porque ven al recurso humano no como uno de los componentes de resultados sino parte del personal responsable para el logro de las metas de las empresas.

Según Méndez, (2014) “las empresas que pertenecen a las grandes potencias mundiales tiene la clave de éxito no solo porque han abarcado escenarios nacionales e internacionales, sino porque sus ventas dependen de la motivación que les dan a los empleados, el respaldo absoluto tanto así que muchos de ellos hasta participan del bienestar familiar, lo que hacen de las organizacionales más allá de comerciales también humanas.

La Agencia “Agrupac Babahoyo”, Provincia de los Ríos, incremento su ruta de abastecimiento a parroquias como San Juan, Pueblo Viejo y Ventanas. El 30 de enero del 2018, y abrió una nueva sede en el cantón Montalvo Provincia de los Ríos, para cumplir con las necesidades de ese de sus habitantes ya que la demanda por estos producto de esta empresa son muy comercializados entre los agricultores de estas provincia.

Es una empresa en constante periodo de crecimiento y la meta para el año 2020 es cubrir todo el territorio nacional tanto en ciudades como en

parroquias ya que tiene mucho demanda de sus productos y los clientes ven muy buenos resultados al adquirirlos aparte los vendedores de la empresa les brindan una capacitación gratuita a los clientes para que tengan un mayor conocimiento de cómo deberían sacarle mejor provecho a sus cultivos en el momento de aplicarlos.

Situación conflicto

La problemática identificada se da bajo la ubicación de la situación conflicto en donde se puede verificar que la empresa Agripac S.A es una entidad que no solo está ubicado en una provincia, sino en varias provincias del Ecuador, a más de que es una de las empresas reconocidas y su nivel de ventas es muy relevante, sin embargo en los últimos años se han presentado índices que han afectado las ventas, y en conversaciones con los empleados se pudo identificar que uno de los aspectos es que no se sienten motivados e incentivados en su campo laboral.

Se analizó también la parte de que no es que esperan subida de sueldos sin descartarlo como uno de los aspectos que cada año no lo realiza la alta gerencia sino que se establezcan incentivos en cuanto a un ambiente laboral estable, dado a que hay ciertos incentivos que no necesariamente deben ser económicos, sin embargo, ni reconocimientos son establecidos, todos estos aspectos permiten que se fortalezca el trabajo en equipo para lograr un desempeño en cuanto a las funciones que se desarrollen.

De acuerdo a estos problemas identificados se pueden establecer las causas y las consecuencias definidas desde un enfoque de reacción por la falta de motivación laboral, y por ende incide en el rendimiento laboral del personal que labora en Agripac, en la sucursal de Babahoyo, provincia de Los Ríos; detallado en el cuadro siguiente:

Tabla 1 Disposición - confrontación

Causas	Consecuencias
<ul style="list-style-type: none">• Escasez de motivación para los empleados	<ul style="list-style-type: none">• Empleados no desempeñan su actividad laboral correctamente
<ul style="list-style-type: none">• Deficiencias en la contratación de empleados	<ul style="list-style-type: none">• No da buen servicio al cliente
<ul style="list-style-type: none">• Carencia de capacitación para dar buena atención al cliente	<ul style="list-style-type: none">• Baja calidad de trabajo

Autor: Oscar Pérez (2019)

Delimitación del Problema

Campo: Administración de empresa

Área: Ventas

Aspecto: Motivación Laboral e Incremento de ventas

Tema: Diseño de un plan de motivación laboral a los empleados del área de ventas de la empresa Agripac

Formulación del problema

¿Qué incidencia tendría la motivación laboral en el incremento de las ventas de la empresa Agripac ubicada en el cantón Babahoyo, Provincia de los Ríos, en el año 2019?

Variables de Investigación:

Variable Independiente: Motivación Laboral

Variable Dependiente: Incremento de Ventas

Evaluación del problema

Delimitado: El problema que se identifica es que existe un bajo nivel de las ventas en la empresa Agripac S.A de la ciudad de Babahoyo dado a que los empleados no tienen una motivación en su campo laboral, dado a muchos factores que pueden ser personales pero que inciden de manera directa y que la organización debe estar orientado a ayudar a mejorar el rendimiento mediante incentivos.

Claro: Se considera con claridad que un plan de programas de motivación va a permitir que exista un buen desempeño laboral y por ende tengan un rendimiento que se verá reflejado en las ventas, además que esto va a permitir que exista de manera continua una evaluación para ayudar a erradicar la problemática existente.

Evidente: Una verdadera motivación va a permitir que los empleados tengan un buen rendimiento laboral y esto va a ser positivo para la empresa, dado a que darán un servicio de calidad y esto va a elevar un nivel de ventas lo que logrará que Agripac S.A se posicione en el mercado competitivo.

Concreto: La investigación que se está analizando va a canalizar una solución al problema identificado como es la falta de motivación que tienen los empleados de la empresa AGRIPAC S.A, para que tengan un buen rendimiento laboral y esto provoque el aumento de las ventas.

Relevante: Las actividades que se proponen en el plan de motivación va a permitir que los empleados estén incentivados a cumplir con sus funciones para acaparar más clientes mediante un servicio de calidad.

Factible: Agripac SA, es una empresa que posee un departamento de Talento Humano donde se puede analizar la propuesta y la realización de las mismas, esto va a permitir el buen rendimiento laboral.

Objetivos de la investigación

Objetivo General.-

Identificar los factores internos y externos que inciden en la falta de motivación que tienen los empleados mediante un análisis situacional y de campo para potenciar las ventas de Agripac S.A, en el cantón Babahoyo, Provincia de los Ríos, en el año 2019.

Objetivos específicos.-

- Identificar la teoría que fundamenta la motivación laboral e incremento de ventas de Agripac S.A, en el cantón Babahoyo, Provincia de los Ríos, en el año 2019
- Desarrollar los métodos y las técnicas del problema planteado de Agripac S.A, en el cantón Babahoyo, Provincia de los Ríos, en el año 2019.
- Aplicar un plan de motivación laboral de los empleados del área de ventas de Agripac S.A, en el cantón Babahoyo, Provincia de los Ríos, en el año 2019

Interrogantes de la Investigación

- 1.- ¿Cuál es el nivel de motivación que tiene los empleados de Agripac S.A, en el cantón Babahoyo, Provincia de los Ríos?
- 2.- ¿Cuáles son los factores que determinan la falta de motivación de los empleados Agripac S.A, en el cantón Babahoyo, Provincia de los Ríos?
- 3.- ¿Qué actividades se implementarían en el Plan de motivación para fortalecer las ventas Agripac S.A, en el cantón Babahoyo, Provincia de los Ríos?

Justificación e Importancia.

En el almacén Agripac del cantón Babahoyo las ventas han decaído en los últimos seis meses y genera la necesidad a la empresa de desarrollar nuevas formas de motivaciones a los empleados para que permita conquistar y fidelizar al cliente.

La necesidad de mejorar los aspectos de servicios al cliente de la Agencia Agripac se detecta al incremento de quejas de usuarios. La empresa sabe que para ser competitiva no solo debe obtener buenos ingresos si no también satisfacer a sus clientes, brindar un servicio de calidad es el mejor éxito para la empresa, así se obtiene mejores ingresos y muchas más recomendaciones de clientes satisfechos.

En este proceso los beneficiarios serian principalmente los dueños de la empresa ya que podrían hacer mejoras he incrementar la productividad de la empresa y todos los trabajadores ya que así incrementan las ventas habría muchos más ingresos y mayores utilidades y facilidades de préstamos de la empresa para los trabajadores.

Aspectos que justifican la investigación

Conveniencia.- La alta gerencia va a identificar que las ventas van a mejorar a la medida en la que se preocupan por hacer que se sientan motivados para tener un buen desempeño en los procesos operativos que demanda la empresa, por ello es conveniente que se ayude a que ellos se sientan motivados.

Relevancia Social.- Las actividades que se proponen en el plan de motivación van a permitir que la empresa Agripac S.A, mejore sus ventas y por ende su posicionamiento en el mercado sea un referente para que siga creciendo.

Valor teórico: Es muy importante el aporte teórico que se va a identificar, dado a que se van a establecer estrategias metodológicas y una vasta bibliografía que va a ayudar al plan de motivación, y su impacto será positivo no solo en la empresa de análisis sino en otras empresas que tienen similares inconveniente.

Utilidad metodológica: El presente proyecto de investigación va a aportar en beneficio de la empresa, a más de que la metodología que se pretende utilizar puede ser permanente y en los ciclos donde se requiera la necesidad.

Viabilidad de la investigación

Viabilidad técnica

La investigación es técnicamente viable ya que Agripac S.A va a utilizar el plan de motivación en todos los ciclos de ventas y que esto a su vez va a tener resultados favorables y su incidencia en las ventas va a tener un beneficio corporativo.

Viabilidad económica

Es lógico que al momento de fortalecer los procesos de motivación en los empleados va a permitir que existan ventas que en el momento de analizar la rentabilidad se va a considera como un proyecto viable en el punto de vista económico.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes Históricos

La Motivación Laboral surge alrededor del año de 1700, en el continente europeo, cuando los talleres de artesanos tradicionales se transformaron en fábricas con maquinaria operada por cientos de personas, con intereses y formas de pensar diferentes a los intereses patronales es así que la motivación laboral fue tomando fuerza en todos los ámbitos de la sociedad.

Koont 1998 señala que “la motivación es un término genérico que se aplica a una amplia serie de impulsos, deseos, necesidades, anhelos, y fuerzas similares. Decir que los administradores motivan a sus subordinados, es decir, que realizan cosas con las que esperan satisfacer esos impulsos y deseos e inducir a los subordinados a actuar de determinada manera.

En la década de los setenta en las organizaciones de Inglaterra se centraron en fortalecer a las personas que se debían a funciones laborales, este tipo de motivación refería de compensar el trabajo arduo que ejecutaban, que en cierta forma apaciguaba las inconformidades que tenían los empleados y que siguió creciendo hasta cerca de los noventa.

Ontaneda, (2016) define que “la motivación se determina como el señalamiento que se revela de una persona hacia un determinado enfoque de satisfacción de una necesidad específica y que es de su interés personal y muchas veces el colectivo”. (pág. 34)

En pleno siglo XX muchos gerentes y administradores buscan fortalecer el desempeño laboral de los trabajadores, poniendo reglas y sanciones en cuanto a incumplimientos de funciones se refieren, y no se enfocan en

analizar las causas que se derivan de cada servidor lo que ha hecho de que muchas empresas comienzan a contratar a nuevos empleados y reemplazar cuando la solución no es la efectiva dado a que solo buscan el interés corporativo.

La motivación laboral siempre ha sido un tema importante para los directivos, y uno de los principales problemas dentro de la empresa ya que la falta de motivación provoca que los seres humanos no se esfuercen por hacer un excelente trabajo; el estar motivado en el trabajo trae varias consecuencias psicológicas positivas, tales como: la autorrealización, el sentirse competente y útil y mantener autoestima.

Gómez (2013) en la conferencia impartida en el Congreso, Motivación y Gestión del talento Humano, explica que en más de una ocasión ha escuchado decir que no se puede motivar a las personas sino que ellas la encuentran por sus propios medios, se apegan al termino de motivación que definen a la misma, incluso hay corrientes de diferentes autores, pero en general se puede decir que es aquello que energiza una acción que mueve y la mantiene o que la detiene, desde el punto de vista la motivación externa, es decir, que se puede motivar a las personas extrínsecamente.

Como ahora en las investigaciones ha demostrado que la motivación intrínseca es aquella que hace que las personas realicen lo que hacen porque lo quieren hacer o ya que es muy diferente a que las personas hagan lo que tiene que hacer porque les conviene, entonces, sí se puede motivar a otras personas por factores extrínsecos por medio de un bono, por medio de un incentivo.

Pero también se puede motivar circunstancias para que las personas se muevan y les interese aún más es por eso que la motivación llega a realizar con mejor exactitud las tareas o el trabajo que se desempeña día a día, esto se hace sin esfuerzo alguno más que cuando el empleado se siente motivado por el ambiente de trabajo.

Reyes, (2015) refiere que “las épocas pueden variar, pero la manera de proceder de cada persona en su puesto de trabajo siempre va a ser afectado por situaciones propias y ajenas, eso hace que siempre sea un factor de análisis”. (pág. 34)

Es decir, que el asunto de preocuparse para que el personal esté debidamente motivado va a radicar en el hecho de saber cómo incentivar al personal principalmente el operativo, dado a que es quien se encuentra en todas las actividades y en contacto físico con el cliente.

Primeras teorías de la motivación

La motivación es uno de los aspectos que los administradores tienen como una herramienta esencial para lograr un eficiente desempeño laboral, los efectos de motivar al personal conllevan a criterios de resultados que favorecen no solo a la organización sino también un beneficio personal.

González (2018) afirma que

Es un proceso interno y propio de cada persona, refleja la interacción que se establece entre el individuo y el mundo ya que también sirve para regular la actividad del sujeto que consiste en la ejecución de conductas hacia un propósito u objetivo y meta que él considera necesario y deseable. La motivación es una mediación, un punto o lugar intermedio entre la personalidad del individuo y la forma de la realización de sus actividades, es por ello que requiere también esclarecer el de su eficiencia lo que dirige hacia el logro de dichas actividades de manera que tenga éxitos en su empeño. (Pág. 34)

Robins & Judge. (2013) explican que se formularon cinco teorías durante la década de 1950, sobre la motivación de los colaboradores de una organización, ya que estas representan el fundamento de donde surgieron las formas de motivación sobre los individuos, las teorías más conocidas son:

Teoría de la jerarquía de las necesidades

La teoría de la motivación mejor conocida como la jerarquía de las necesidades, establecida por Abraham Maslow, quien determinó la hipótesis de que, dentro de cada individuo o sujeto, existe una jerarquía de cinco necesidades entre estas se pueden encontrar:

- **Fisiológicas.** Esta incluye hambre, sed, refugio, y otras necesidades corporales, del individuo.
- **Seguridad.** En esta abarca el cuidado y la protección contra los daños físicos y emocionales.
- **Sociales.** Se pueden encontrar el afecto, el sentido por pertenencia, la aceptación y la necesidad.
- **Estima.** Encontramos lo que son los factores internos como el respeto que tiene la persona a sí mismo, la autonomía y el logro; y factores externos como el estatus, el reconocimiento y la atención.
- **Autorrealización.** Es el impulso para convertirse en aquello que el individuo es capaz de ser; incluye el crecimiento y el desarrollo del propio potencial.

Un factor importante que se debe saber es que las necesidades no se van a satisfacer por completo, y saber que aquella que alcanza un nivel deja de motivar, si la misma está bastante complacida, la siguiente se vuelve dominante.

Según Maslow si se desea motivar a un individuo se necesita entender y saber en qué nivel de la jerarquía se encuentra esa persona y concentrarse en el nivel de esta satisfacción, a más de ello se debe conocer cuál es su entorno porque es en base aquello que se define las estrategias adecuadas para poder satisfacer las necesidades, es decir que se necesita de un análisis persuasivo y minucioso, es por ello que existe complejidad en este aspecto.

Freire, (2010) define que la jerarquía en cuanto a las necesidades tiene que ver mucho en la parte de que el ser humano siempre va a pretender que se cubran sus necesidades básicas, y para ello requiere los medios necesarios para acceder a su plena satisfacción”. (pág. 34)

Es decir, que las necesidades siempre van a estar presente, pero el medio de como satisfacerlas son propias de cada individuo, de allí es que si sus necesidades son suplidas de manera satisfactoria se podrá realizar un buen trabajo dado a que la motivación es visible.

Teorías X y Y

Douglas McGregor, citado por Robinss y Judge (2013) estableció dos visiones diferentes en las personas una negativa en esencia, llamada teoría X en esta teoría presupone que el trabajador es pesimista, es rígido y con una aversión innata al trabajo evitándolo si es posible. Y la otra básicamente positiva denominada Y, ya que ésta se caracteriza por considerar al trabajador como el activo más importante de la empresa se conoce como una persona dinámica, flexible y optimista.

Después de estudiar la manera en que los gerentes se relacionaban con los empleados McGregor determinó, que los puntos de vistas que aquellos tenían acerca de las naturalezas los seres humanos se basan en ciertas suposiciones que moldean su comportamiento.

Los gerentes que están a favor de la teoría X creen que a los empleados les disgusta de modo inherente al trabajo por lo que deben ser dirigidos incluso coaccionados a realizarlo. Quienes se basan en la teoría Y suponen que los empleados consideran el trabajo algo tan natural como el descanso o el juego por lo que la persona promedio aprenderá a aceptar incluso a buscar la responsabilidad.

La teoría Y señala que las necesidades de orden superior dominan a los individuos. Incluso McGregor llego a pensar que los supuestos de la teoría Y eran más validos que los de la teoría X.

Por consiguiente, estableció que la idea como toma de decisiones participativa, los trabajos de responsabilidad y desafiantes y las buenas relaciones grupales servirían para maximizar la motivación de un individuo en una empresa en su trabajo, esto permite que exista un buen rendimiento laboral y por ende los beneficios son mutuos.

Teorías de los dos factores

Con la premisa de que la relación de un colaborador con el trabajo es fundamental y que la actitud de alguien hacia su puesto de trabajo muy bien podría determinar el éxito o el fracaso. La teoría de los dos factores también se denomina teoría de motivación e higiene.

Ya que esta teoría relaciona factores intrínsecos con la satisfacción laboral y relaciona factores extrínsecos con la insatisfacción. Durante los factores de higiene factores como la política y la administración de la compañía, la supervisión el salario se verán si son adecuados para un puesto mantienen tranquilos a los colaboradores, si dichos factores son los adecuados las personas no estarán insatisfechas.

Teoría de las necesidades de McClelland

Durante esta teoría se determina que el logro, el poder y la afiliación estas tres necesidades importantes ya que ayudan a explicar la motivación.

- **Necesidad de logro.** Esta necesidad es el impulso por salir adelante, por tener éxito con respecto a un conjunto de estándares y por luchar para alcanzar y llegar a triunfar.
- **Necesidad del poder.** Necesidad de hacer que los individuos se comporten de una manera que no se lograría con ningún otro medio.
- **Necesidad de afiliación.** Deseo de tener relaciones interpersonales amigables, cercanas y sociables.

Teoría del aprendizaje

Esta teoría se enfoca en los vínculos entre el desempeño y los resultados de la motivación. Se puede definir el aprendizaje como un cambio relativamente permanente en el conocimiento o comportamiento de una persona, que resulta de la experiencia o la práctica.

Gutiérrez, (2006) definen que “en la manera en que se aplican a las organizaciones, es que los administradores pueden calificar la motivación y el desempeño de los empleados por la forma en que vinculan los resultados que estos obtienen con la realización de comportamientos deseados en una organización y el logro de las metas”.(pág. 56)

El aprendizaje tiene lugar importante en las organizaciones si la gente aprende a conducirse de cierta manera para llegar a tener ciertos resultados. Por ejemplo, un individuo aprende a tener un mejor desempeño que en el pasado o presente, porque está motivada para obtener los resultados que se derivan de tales comportamientos, como un incremento de sueldo o llegar a obtener una felicitación de su jefe, esto ayudará a que el colaborador tenga un mejor desempeño.

Cada una de estas teorías aporta de manera significativa para establecer un análisis profundo sobre las necesidades que presenta el individuo sea el escenario en el que se encuentre, es por ello que al definir las teorías y ajustarlas al campo de pertinencia para su satisfacción requiere de que se conozca los factores tanto interno como externos de los servidores de una empresa.

Según Freire, (2017) refiere que

Se precisa conocer el entorno, donde se desarrolla el ente de desempeño laboral, no se puede asumir bajo ningún concepto de creer lo que necesita un grupo sino hay soportes de bases que compensen su satisfacción P. 45

Modelos de la Motivación

La motivación en una empresa es muy importante, dado a que faculta un ambiente laboral estable y por ende el poder mitigar los conflictos que se generan por las falencias que se presentan en cuanto al desempeño laboral se refiere.

Se debe considerar que cada individuo es un mundo y por ello merece tener un trato como tal, es decir conocer no solo sus necesidades como trabajador sino también como persona, es por ello que se requiere que exista un proceso de consideraciones para poder establecer una motivación continua y no momentánea.

Según Carpio, (2016) refiere que:

Los modelos de motivación no deben ser sujetos a lineamientos administrativos, como camisa de fuerza, sino que deben elaborarse de acuerdo a las necesidades que tenga el personal de talento humano, no se precisa que se estandarice lo que es fluctuante, refiérase a las emociones, condiciones psicológicas y económicas, aspectos que son cambiantes en cada individuo. P. 34

Los modelos de motivación que ciertos autores lo han establecido solo sirven como directrices a seguir, sin embargo hay muchos administradores que usan estos modelos de forma esquematizado y los resultados no son favorables, de allí que es preciso tener en cuenta que se debe hacer un análisis situacional y las condiciones externas e internas de las personas para saber qué modelo se puede emplear, ajustado a la realidad y por ende que los resultados que se esperen sean logros para dimitir las debilidades que presentan las empresas al no tener al personal debidamente motivado para el desarrollo de las actividades y tener así el cumplimiento de los logros que como toda entidad persigue y que sin lugar a dudas favorece a toda la organización.

Al respecto se han desarrollado distintos enfoques teóricos los que se abordan a continuación:

- **Modelo mecanicista**

Este modelo indica que supuestamente el dinero es un motivador universal y que por lo tanto, los colaboradores canalizaran su energía hacia lo que la empresa quiere ante un incentivo económico de suficiente valor. Este es un modelo que muchas veces en la actualidad no es aplicado dado al concepto de tener que como incurre en gastos y las condiciones económicas en las empresas no son estables, entonces optan por no aplicar.

- **Modelo conductista**

Modelo que parte que toda conducta del individuo o de los colaboradores, puede ser incentivada a los estímulos adecuados. Con base en lo anterior, se desprenden las siguientes teorías.

- Teorías de contenido. Agrupa aquellas teorías que se consideran todo lo importante que puede motivar a los colaboradores.
- Teorías de proceso. Esta teoría considera la forma del proceso en que la persona puede llegar a motivarse.

Esta teoría se enfoca en persuadir al empleado en los procesos y por las tareas específicas pero no se ajusta a la realidad que tiene el empleado de no sentirse motivado.

Madrigal (2019) refiere “a la búsqueda de los elementos que permitan conducir los esfuerzos de las personas hacia direcciones específicas ha sido una constante, así como encontrar elementos que permitan a canalizar el esfuerzo la energía, y la conducta de los colaboradores hacia el logro de los objetivos que buscan las organizaciones y los propios empleados”. (pág. 32)

Cada uno de estos modelos deben ser debidamente analizados de acuerdo a los escenarios y los tiempos en los que procede, no se puede considerar de manera estandarizada dado a que el modelo mecanicista va siempre a propiciar el proceso de cómo debe responder el individuo en cambio el modelo conductista conlleva el poder brindar los medios para realizar el proceso de manera adecuada, sin embargo, es vital que existan procedimientos adecuados a más de que también se apliquen directrices en cuanto al rendimiento laboral se refiere.

Instrumentos para evaluar la motivación

El departamento de Talento Humano, desde su punto de vista de beneficio al personal administrativo, operativo y de servicio de una empresa, utilizan diferentes estrategias, entre ellas se implementan herramientas para diagnosticar y evaluar la motivación de los trabajadores también su clima laboral de la empresa, estos instrumentos deben estar enfocados en indagar las necesidades que presenta cada uno de los servidores de la empresa donde laboran, y la finalidad debe ser un bien común, no solo para la entidad, sino también para todos quienes son los responsables del cumplimiento de los objetivos propuestos, los instrumentos más utilizados son los siguientes:

- **Observación y valoración de las actitudes de los trabajadores**

La observación, siempre que se realice en unas condiciones que garanticen la fiabilidad, se puede diagnosticar si los trabajadores manifiestan una actitud positiva o negativa en sus actividades y funciones en su puesto de trabajo.

- **Entrevistas**

Durante el proceso de la entrevista se aplica a los trabajadores, para detectar los factores que generan insatisfacción la información recopilada en la entrevista de salida un colaborador se va voluntariamente de la empresa.

- **Análisis de las condiciones de trabajo**

Si las condiciones no favorecen o no se ajustan a unos estándares mínimos en la empresa, habrá un mal clima de trabajo y muy baja motivación, con la consiguiente disminución del rendimiento en las actividades de su trabajo, las buenas condiciones de trabajo ayudan a mejorar y a tener una mejor productividad y rendimiento en sus actividades.

- **Buzones de reclamos quejas y sugerencias**

Es importante que los colaboradores estén informados que su opinión es necesaria para la mejora del ambiente laboral, es por ello que los reclamaciones y sugerencias deben ser contestadas en un breve periodo de tiempo, así ellos sabrán que sus opiniones son atendidas con mayor atención.

- **Plan de sugerencias**

Se deben dar las gracias a todas las sugerencias y expresar las razones por las que van ser expuestas o no en práctica. Las empresas generalmente premian a los empleados por sugerencias que hayan sido útiles, esto es algo que ayuda al trabajador y se sentirá orgulloso de su labor y muy motivado para continuar desempeñándolo.

Técnicas motivacionales

Las técnicas motivacionales permiten que exista lineamientos a seguir, estas técnicas deben ser analizadas, pero no desde el punto de vista de beneficio organizativo, sino de toda la empresa como tal.

Ruiz, (2012) definen estas técnicas como la manera en que pueden ser utilizadas en las empresas con el propósito de motivar a los colaboradores, ya que esto ayuda a que los empleados de una organización realicen con mayor productividad sus actividades laborales realizadas diariamente.

- **Políticas de conciliación**

Unas de las técnicas para motivar al personal, y éstas son formadas por medidas para conciliar la vida personal, laboral y familiar de los individuos, algunos ejemplos pueden ser, horario flexible, trabajo a tiempo parcial, permiso de maternidad y paternidad, servicios de guardería, permiso a excelencia para cuidar familiares, y otros.

- **Mejora de las condiciones laborales**

Dentro de las condiciones de mejora pueden ser, el salario, las condiciones físicas del entorno, como la iluminación, la temperatura, la decoración o equipos de trabajo adecuados, y la seguridad que le brindará la organización al colaborador, ya que de esta manera el podrá efectuar las tareas asignadas con mayor productividad y eficacia.

- **Enriquecimiento del trabajo**

Consiste en modificar la forma en la que se realiza el trabajo ya que esto resulta menos rutinario al colaborador. Esto puede darle la autonomía al trabajador para que participe en las decisiones que afecten a su trabajo, puesto que son los propios trabajadores quienes conocen como realizarlo.

- **Adecuación de la persona al puesto de trabajo**

Se seleccionan para cada puesto concreto las personas correctas que llenen los objetivos y tengan las competencias idóneas para desempeñar de manera excelente dicho puesto. Ya que esto hará que el trabajador este motivado e interesado en su trabajo.

- **El reconocimiento del trabajo**

Es importante reconocer y felicitar al trabajador por el trabajo realizado de buena manera y si han mejorado su rendimiento. El reconocimiento puede darse, simplemente, en unas palabras de agradecimiento, una felicitación por correo electrónico una carta un informe favorable para el jefe inmediato superior o una propuesta de ascenso. También el reconocimiento puede darse a los colaboradores como regalos canastas.

Estrategias para el incremento de las ventas

Ante la pregunta cómo incrementar las ventas en una empresa, como director comercial lo primero que viene a la mente es contratar más comerciales y aumentar la plantilla. Incrementamos el personal y esperamos a ver si esto nos ayuda a lograr nuestros objetivos en una especie de ejercicio de suma cero.

En teoría podría funcionar, siempre y cuando tengas el presupuesto suficiente para fichar a buenos perfiles y dedicarle tiempo a su formación.

No obstante, cuando hablamos de escalabilidad y eficiencia, las nuevas incorporaciones no son siempre la respuesta más acertada ya que, si resulta que hay problemas inherentes en el proceso de ventas, estaremos echando más leña al fuego y en lugar de ser una solución será un parche temporal que acrecentará el problema.

Si buscamos saber cómo incrementar las ventas en nuestra empresa, una solución plausible sería bajar los precios, ajustar márgenes y evitar barreras de entrada. En teoría esto podría funcionar por ejemplo si te ha quedado *stock* después de periodos festivos o al comienzo de una nueva temporada. Pero, al igual que antes, bajar precios parece más una solución a corto plazo que una estrategia escalable. Una vez que hayas vendido todo el inventario o las rebajas hayan acabado, volverás a estar en la misma situación.

Cada uno de las estrategias tiene que ser aplicadas de manera que produzca cambios en el comportamiento de los servidores para los clientes, caso contrario se deben considerar cambiar otras estrategias con la finalidad de que exista respuesta en cuanto al incremento en ventas, es más para ello se recomienda que exista un supervisor o alguien que sea el responsable de evaluar las estrategias y su alcance de beneficio.

Antecedentes Referenciales

La motivación considerada como el conjunto de fuerzas internas y externas que hacen que un individuo de lo mejor de él y así también elija un acto de acción y se conduzca de cierta manera por medio de la dirección y el enfoque de la conducta, el nivel de esfuerzo aportado y la persistencia de la conducta. Siendo un tema relevante se considera tener aportes de trabajos similares para conocer de manera más amplia:

Pérez, (2012) en su artículo **“La motivación en el área laboral como factor importante en el rendimiento financiero de la Comercializadora de Calzado COMECSA S.A del cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena”** opina que:

Un buen desempeño laboral es más fácil si se cuenta con las condiciones para evitar riesgos al bienestar y a la salud. Hoy en día es importante conocer que los resultados en cualquier trabajo mejoran notablemente si éste se realiza en un ambiente apropiado, además de garantizar el bienestar y la salud de los trabajadores redundando en ganancias, en productividad y menores costos para los empleadores; es decir, la salud y seguridad en el trabajo representan una ganancia para ambas partes, tanto patrones como empleados. (Pág. 45)

Así estas recomendaciones son abordadas de manera distinta en cada país, aunque lo común es que existan desde manuales de procedimientos internos hasta normas nacionales e internacionales de seguridad y salud en el trabajo. Esta información expresa la importancia de conservar hábitos saludables en torno al desempeño laboral.

En relación a este tema de investigación con el siguiente proyecto se puede identificar los factores que inciden en el riesgo de tener un buen rendimiento laboral sea por salud o aspectos personales y psicológicos;

además de aportar con un buen ambiente apropiado y una excelente estimulación mediante los incentivos.

Reyes, (2014) en la tesis **“Relación entre identificación y desempeño laboral y su incidencia en los resultados operativos de la Constructora de Urbanización MEIZER S.A de la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas”** refiere que:

Los procesos operativos de las organizaciones requieren del personal debidamente preparado y a la vez capacitado, pero también se requiere que estén así mismos motivados, es decir que sientan el deseo de servir en el área donde se les ha asignado y que lo hagan sabiendo que los resultados también le favorecen a ellos, eso es lo que debe conocer la alta gerencia y los empleados, que el beneficio es integral. (pág. 31)

Es importante considera que esta tesis tiene una relación muy estrecha dado a que los empleadores solo consideran que sus empleados cumplan con las tareas específicas y descuidan el hecho de que un personal motivado va a propiciar un rendimiento laboral eficaz.

Ortega, (2013) en la tesis **“Incentivos monetarios en la motivación laboral, realizada en el Ingenio Tumulá S.A. San Andrés Villa Seca del departamento de Retalhuleu, México”** establece que:

Actualmente la motivación y satisfacción laboral de los colaboradores es un punto clave para todas las organizaciones, tanto públicas como privadas, ya que el personal es importante para alcanzar las metas en las organizaciones. En los resultados de la presente investigación se pudo comprobar que existen elementos que influyen en la motivación laboral del

trabajador y que no necesariamente se relacionan con la entrega de una compensación monetaria por un buen trabajo realizado. (pág. 21)

Uno de los aspectos que se sostiene en el proyecto de investigación y que se relaciona con la Tesis de Ortega es el hecho de que si se incentiva a los empleados con aspectos monetarios va a reflejar un buen desempeño laboral, aunque hay que considerar la parte de que la alta gerencia debe tener en cuenta como se procede con estos incentivos, ya que puede ser una situación de mal acostumbrar al personal, por ello es importante el diversificar los tipos de incentivos.

Peñafiel, (2015) en su tesis de titulación **“La motivación y su influencia en la prevención de accidentes laborales en la empresa Agrosanalfonso S.A”, Universidad Central del Ecuador, Facultad de Ciencias Psicológicas, Quito”** refiere que:

Si hay algo que ya no esté en duda en el mundo de la empresa es que el rendimiento depende más de la motivación que de la aptitud. O mejor dicho puesto que el concepto de motivación recibe varias definiciones depende más de la actitud que la aptitud. Con esto no queremos decir que la motivación y la actitud sean sinónimos ya que precisamente las diferencias entre ambos irán apareciendo según revisemos las importantes diferencias entre autores a la hora de definir la motivación. (Pág. 32)

Uno de los factores mas preponderantes en la presente investigación y que se habla también en la tesis citada por Peñafiel es de que la motivación es cuestión de actitud, es decir de la manera en la que procede la persona frente a las obligaciones laborales que posee, y que si

en algún momento requiere ayuda debe considerar el aspecto de la comunicación como un método de mediación de los conflictos laborales.

Mazariegos, (2017) en su artículo científico **“Estudio realizado con el personal administrativo de una empresa de alimentos de la zona 1 de Quetzaltenango, Universidad Rafael Landívar, Facultad de Humanidades”** define que:

En más de una ocasión ha escuchado decir que no se puede motivar a las personas sino que ellas la encuentran por sus propios medios, se apegan al término de motivación que definen a la misma, incluso hay corrientes de diferentes autores, pero en general se puede decir que es aquello que energiza una acción que mueve y la mantiene o que la detiene, desde el punto de vista la motivación externa, es decir, que se puede motivar a las personas extrínsecamente; como ahora en las investigaciones ha demostrado que la motivación intrínseca es aquella que hace que las personas realicen lo que hacen porque lo quieren hacer o ya que es muy diferente a que las personas hagan lo que tiene que hacer porque les conviene, entonces, sí se puede motivar a otras personas por factores extrínsecos por medio de un bono, por medio de un incentivo.
(Pág. 33)

Se puede considerar una relación directa en el siguiente proyecto con el citado en el inciso anterior dado a que se analiza las formas de motivación que puede tener un empleado, en cuanto a sus aspectos intrínsecos y extrínsecos se puede conocer que es lo que le motiva y además de identificar los factores por el cual no presentan un buen desempeño laboral, de allí la importancia de analizar cada uno de estos trabajos que han aportado de manera significativa para la amplitud del tema sobre la motivación laboral.

Fundamentación legal

Se considera analizar las bases legales que constituyen un soporte esencial en el presente trabajo de investigación como es:

- Constitución República Del Ecuador (2008)
- Ley De Cultura y Ganadería (2009)
- Normas de Gestión de Calidad ISO 9001 (2014)
- Plan Nacional Toda una vida (2017)

Constitución República Del Ecuador (2008)

Art. 31.- El Estado estimulará la propiedad y la gestión de los trabajadores en las empresas, por medio de la transferencia de acciones o participaciones a favor de aquellos. El porcentaje de utilidad de las empresas que corresponda a los trabajadores será pagado en dinero o en acciones o participaciones, de conformidad con la ley. Ésta establecerá los resguardos necesarios para que las utilidades beneficien permanentemente al trabajador y a su familia.

Ley De Cultura y Ganadería (2009)

Art.9.- Derecho del consumidor de productos agropecuarios De los incentivos.- La Autoridad Agraria Nacional, establecerá estímulos e incentivos a los productores o unidades de producción animal o vegetal destinados al mejoramiento, tecnificación, capacitación e innovación tecnológica y al fomento de buenas prácticas agropecuarias. Se utilizarán en la implementación de medidas sanitarias agropecuarias previstas en campañas de prevención y vigilancia, con la finalidad de controlar o erradicar enfermedades y plagas de interés público.

Normas de Gestión de Calidad ISO 9001 (2014)

Las Normas ISO 9001 se aplica organizaciones que ofrecen productos o servicios, está enfocada a la ejecución de la calidad en una organización mediante la implementación de un método o sistema de gestión de calidad. Para asegurar la calidad en cualquier actividad es necesario que se lleve a cabo una planificación, control y mejora de la calidad. Como norma general existen criterios que debemos cumplir con el cliente en cualquier prestación de servicio, estos son:

- Puntualidad en la entrega del servicio.
- Fidelidad en el cumplimiento de servicios.
- Relación coste-beneficio.
- Ajuste a los plazos acordados.
- El servicio dado debe estar asociado a lo que se pactó.
- Rapidez del servicio.
- Cumplimiento en el tiempo ciclo del servicio.
- Contar con personal cualificado del ciclo del servicio.
- Gentileza y buen trato en la prestación del servicio.

Las normas de gestión de calidad están centradas de manera directa en los clientes que tiene una empresa, pues de acuerdo a esto se regulan las normas de calidad al servicio al cliente, el trato, la calidad de servicio o producto. Pues si bien es cierto mientras mayor clientela tenga una empresa, mayores ingresos se darán. Por ende, la rentabilidad incrementará acorde a sus ingresos.

Plan Nacional Toda una vida (2017)

Objetivo 5. Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria. Uno de los objetivos del régimen en desarrollo es “construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la

distribución igualitaria de los beneficios en desarrollo de los medios de producción y en la generación del trabajo digno y estable”. (pág. 80)

En relación a lo que interpreta el Plan Nacional Toda una vida, ampara todos los derechos y deberes de los ciudadanos, sin considerar el rango social o laboral que este tenga, todo individuo tiene la capacidad de emprender y proponer innovaciones, producir y servir con el fin de lograr ingresos que ayuden a cubrir sus necesidades económicas.

Variables de la Investigación

Variable Independiente: **Motivación laboral**

Es el impulso para actuar puede ser provocado por un estímulo externo (que proviene del ambiente) o por un estímulo interno (genera los procesos mentales de la persona). Ruiz, (2012), Pág. 21

Variable Dependiente: **Incremento de ventas**

Es el procedimiento que tiene la actividad donde se ofrece un producto o un bien específico, donde existe el intercambio de beneficios tanto como para el que ofrece como quien recibe el servicio. Noroña, (2019), pág. 61

Definiciones Conceptuales

Cliente: Es la persona que recibe un servicio de acuerdo con las necesidades que presenta, y que al momento de acceder a una negociación de compras se beneficia de lo que consume. Rodríguez, (2013), pág. 15.

Clima laboral. En la medida que el ambiente de trabajo sea grato, como las relaciones entre el personal y de este con los superiores sea de mutua colaboración y apoyo, se tendrán las condiciones necesarias para un buen clima laboral. Medina, (2008)

Incremento: La productividad desde el punto de vista económico se define como la proporción existente entre los resultados obtenidos productos o servicios y los recursos aplicados a su obtención Gutiérrez, (2016)

Empresa: Entidad en la que intervienen el capital y el trabajo como factores de producción de actividades industriales o mercantiles o para la prestación de servicios, es un lugar donde se desarrollan actividades operativas enmarcadas al cumplimiento de los objetivos ya determinados por la alta gerencia. (Smith . A.,1776)

Laboral. Es un adjetivo con el que se califica y relaciona una actividad determinada con eventos en los que se manifiesta un interés o propósito. Es también un campo donde el individuo se desarrolla en gestiones que determinan una ganancia tanto para la empresa como el beneficio propio. Chávez, (2018)

Motivación: Cosa que anima a una persona a actuar o realizar algo, aspecto que muchas veces es intrínseco pero que debe mostrarse extrínseco para que tenga su beneficio, dado a que la reacción o la consecuencia deben ser positiva y para ello se requiere de que exista una acción a una reacción. (Maslow. A., 1908)

Motivación laboral: La motivación laboral consiste en el acto de animar a los trabajadores con el fin de que tengan un mejor desempeño en el cumplimiento de los objetivos. Manrique, (2014), pág. 67

Motivación Intrínseca: Es cuando los individuos buscan algo más en sus trabajos que las compensaciones intrínsecas, valorando factores como un ambiente de trabajo en el que puedan poner en práctica sus capacidades. Dalton, (2015) pág. 23

Motivación Extrínseca: se considera como el conjunto de recompensas monetarias directas pagos de salarios, incentivos, complementos por méritos, o indirectas, tiempos no trabajados, programas de protección, pago en especies, formación que a cambio de su trabajo 10 recibe un individuo. Esta motivación es necesaria para lograr que los trabajadores lleven a cabo tareas que son valiosas para la organización. Marín, (2016), pág. 32

Satisfacción laboral: Se define como la favorabilidad o la desfavorabilidad con la que los empleados evalúan su trabajo; evaluación que habitualmente se hace a través de escalas que incluyen aspectos tales como salario, promoción y supervisión. Morris & Medina, (2017), pág. 21

Talento Humano: Es el personal que labora activamente en una organización, designado mediante la administración a desarrollar actividades laboral a fin del objetivo de la empresa y que se debe mucho a las gestiones y los resultados esperado en conjunto con los objetivos propuestos. Méndez, (2017) Pág. 45

Venta: Es toda actividad que incluye un proceso personal o impersonal mediante el cual, el vendedor identifica las necesidades y/o deseos del comprador, genera el impulso hacia el intercambio y satisface las necesidades y/o deseos del comprador (con un producto, servicio u otro) para lograr el beneficio de ambas partes. Duarte, (2019), pág. 87

CAPITULO III METODOLOGÍA

Datos de la Empresa

Nombre de la Empresa: Agripac, Babahoyo.

Nombre de Comercial: Agripac S.A.

Dirección: Avenida. Enrique Ponce Luque #427 y Primera Transversal, Babahoyo, Los Ríos.

Objeto Social: Servicios de crédito o financieros

Es política del Grupo AGRIPAC S.A. producir, distribuir y comercializar insumos agropecuarios e industriales de excelente calidad para satisfacer los requerimientos y expectativas a nivel nacional e internacional; reservando el medio ambiente, así como la salud, integridad y seguridad de todo el personal.

Visión:

Consolidar al Grupo Agripac en el país y en toda América Latina, enfocando nuestro futuro en el cliente como base del éxito del negocio.

Misión:

Satisfacer a los clientes cumpliendo con las especificaciones de los productos y servicios que brindan. Realizar actividades considerando el desarrollo sustentable de los recursos ambientales. Mantener sitios seguros y saludables de trabajo para los colaboradores, proveedores y visitantes.

Valores Corporativos

Para Agripac una sana práctica empresarial conlleva varios factores; por tal motivo, las acciones se ciñen a valores corporativos, que son los principios directivos que orientan a las personas en cuanto a la concepción de la vida, el hombre, los juicios, los hechos y la moral. Estos valores son considerados como el pilar más básico y fundamental que deben tener los colaboradores de la organización.

Integridad ética y moral.

- Transparentan sus prácticas de hacer negocios con un trato justo, no solo con los clientes sino con sus trabajadores.

Innovación y tecnología.

- La innovación se ha convertido en su característica. Promueven constantes cambios y mejoras tanto a nivel administrativo como técnico. En tecnología cultivamos el desarrollo de la producción y comercialización de insumos agropecuarios e industriales de excelente calidad.

Responsabilidad.

- En Agripac entienden que deben vender productos de calidad y no abusar de su presencia en el mercado, pues todos los actos reflejan el desenvolvimiento de la empresa. El trabajo constante con principios y prácticas saludables nos permite ser una compañía responsable con nuestro entorno.

Lealtad.

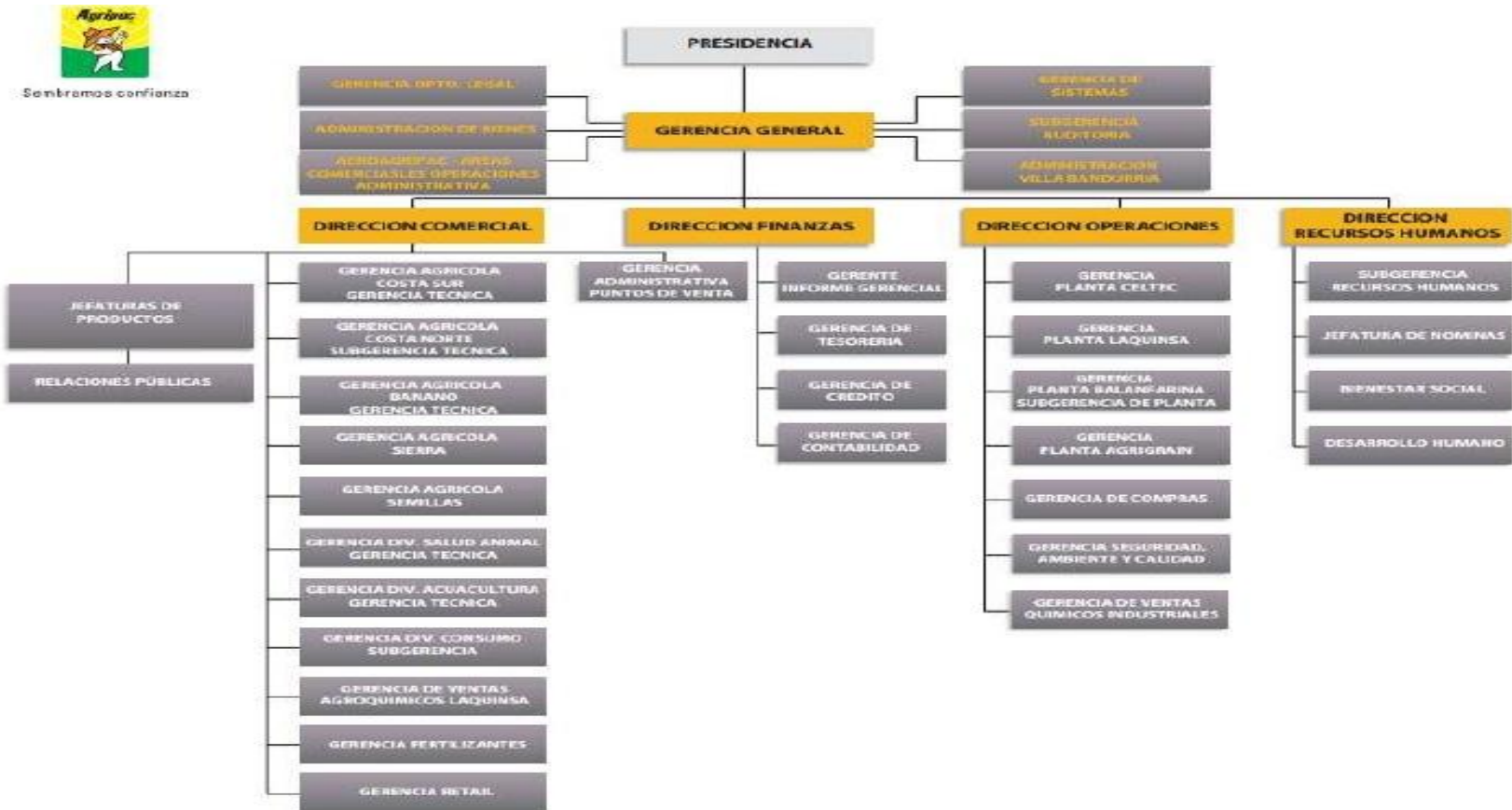
- El respaldo de gente comprometida, honesta y leal permite que Agripac sea líder y pionera en el sector agroindustrial del Ecuador.

Logo de la Empresa



Fuente: <https://www.ubica.ec/info/AGRIPAC-AGENCIA-Babahoyo>

Organigrama de Agripac.



Autor: Pérez, O. (2019)

Diseño de la Investigación

Rodríguez, (2014) identifica que todo proceso de investigación debe estar normado bajo criterios de un diseño establecido y que es obvio que debe ser de acuerdo a la problemática identificada, no se puede escoger un diseño porque se quiera sino mediante estudios previos desde el enfoque metodológico. (pág. 34)

El presente proyecto de investigación se desarrolla con dos métodos que se aplican desde la perspectiva misma de lo que se quiere recabar, en este caso es el método científico y el documental, dado a que en cada uno de ellos se pretende determinar indicadores de necesidad del problema y a su vez establecer la manera de solucionar.

Se aplica el método científico dado a que se necesita identificar mediante datos bibliográficos de otros problemas similares pero que puedan brindar una alternativa de solución, así mismo se establece el método documental porque se buscará mediante los documentos de la unidad de análisis para lograr identificar las debilidades y poner acciones para fortalecerlas..

Es relevante identificar que para que el personal se sienta motivado requiere de la aplicación de un determinado número de estrategias y estas deben estar debidamente esquematizadas para poder tener un buen desempeño laboral.

Diseño Documental:

El diseño documental permite mediante los archivos obtener una realidad situacional, es decir, mediante las pruebas y evidencias, el poder determinar los procesos de indagación para detectar los factores que inciden en el bajo crecimiento de las ventas a más de identificar porqué ellos presentan falta de motivación para el desarrollo de sus actividades.

Valencia, (2015) determina que siempre el diseño documental tiene una gran ventaja frente a otros procesos investigativo, y es que mediante los documentos que la organización en estudio dé se puede identificar cuáles son las verdaderas falencias sin entrar en asuntos subjetivos. (pág. 47)

Es importante identificar que el diseño documental en este proyecto de investigación se basa precisamente en todos los aspectos que se relacionan para fortalecer la motivación laboral en la empresa Agripac, sucursal Babahoyo y por ende lograr un buen aumento de los niveles de ventas.

Tipos de investigación

En relación al enfoque de investigación se requiere analizar cada uno de ellos para ver cuál aplica, en este caso, el siguiente cuadro muestra los aspectos relevantes:

Tabla 1 Tipos de Investigación

Exploratoria	Descriptiva	Correlacional	Explicativa
Según Sampieri, (2010) “La investigación exploratoria se utiliza cuando el objetivo contiene problemas poco estudiados y con muchas dudas”. Pág. 78	Según Baptista, (2009) refiere que la investigación descriptiva examina al fenómeno estudiado y sus componentes Evalúan conceptos Especifica variables. Pág.12	Collado, (2007) determina que la investigación correlacional presenta predicciones, explica la relación entre variables y asocia variables para un grupo o población. Pág. 56	Serrano, (2006) refiere que la investigación explicativa, determinan las causas de los fenómenos y originan un sentido de entendimiento Son bastante estructurados. Pág. 34

Autor: Pérez, O. (2019)

Determinado el esquema de comparación de los tipos de investigación, y de acuerdo al tema de investigación como es la aplicación de un plan de motivación laboral para fortalecer el incremento de las ventas, se puede establecer la investigación descriptiva y correlacional.

Es **Descriptiva** porque es necesario establecer una descripción de todos los eventos posibles en cuanto a las alternativas de solución, así como identificar cuáles han sido los aspectos que han incidido en presentarse el problema.

Es **Correlacional** dado a que se establece un análisis comparativo de las dos variables, es decir, que se analiza el efecto que va a producir brindar las alternativas de estrategias para poder motivar al personal a trabajar y por ende poder tener un beneficio financiero en cuanto a la empresa se refiere.

Población y Muestra

Población:

Medranda, (2018) infiere que la población es el todo de un entorno explícito, donde se procede a investigar, y con características similares; se debe aclarar que para pertenecer a una población se requiere ser afectado de la problemática existente.

Población Finita

La población finita se refiere como su nombre etimológico lo establece, como un número limitado de integrantes y que son establecidos dentro de un rango en el cual todos pueden ser consultados o evaluados, de acuerdo al enfoque investigativo.

Población Infinita

Se considera población infinita cuando el número de participantes presenta una dimensión que tiene la complejidad de que todos sean evaluados o consensuados.

La población que se va utilizar en esta investigación es finita porque la conforman 18 personas.

Tabla 2 Universo

Población	Cantidad
Gerencia	1
Administrador de bienes	1
Jefe de Compras	1
Jefe de Talento Humano	1
Jefe de Finanzas	1
Jefe de Sistemas	1
Operadores presenciales	6
Oficiales de ventas y cobranzas	6
Total	18

Autora: Pérez, O. (2019)

Muestra

Palacios, (2015) menciona que la muestra es una fracción de un grupo específico que pertenece a un todo, donde no pierde sus características por el cual está la intención de indagación, es por ello que se debe siempre analizar su cálculo muestral sea aleatorio o segmentado.(pág. 10)

La muestra con la que se desarrolla la presente investigación corresponde a la misma que se describe en la población, ya que por la razón de ser finita se puede aplicar los diferentes instrumentos de investigación, por esta razón la muestra consiste en la participación de todos los elementos conformados por la empresa.

Técnicas e instrumentos de la investigación

Las técnicas e instrumentos de investigación son necesarios identificarlos ya que son las herramientas y los insumos por el cual se debe establecer procesos de análisis, tanto como la elaboración de los mismos como los aspectos que se determinen para su aplicación, dado a que depende mucho de las variables de la investigación.

Los instrumentos de investigación forman parte del proceso de indagación, y toman un papel muy esencial ya que hasta antes de aplicarlos todas las temáticas son solo subjetivas, es decir se basa en presunciones o suposiciones, cuando ya se aplican los cuestionarios tanto como lo que son las encuestas y entrevistas, entonces hay resultados reales lo que conllevará a establecer soluciones sobre problemas concretos.

En este caso por el factor de la problemática como es la motivación laboral se puede decir que se debe indagar bajo los motivos que provocan la falta de motivación, así como su incidencia en cuanto al nivel de ventas. Se debe considerar además, que las técnicas deben tener las características de identificar los factores del problema así como las posibles alternativas de solución.

Tanto las encuestas como las entrevistas serán formularios esenciales para la identificación de los indicadores de necesidad, para ello su elaboración y aplicación debe ser técnicamente y metodológicamente realizado para poder obtener resultados fehacientes que demuestren la realidad del entorno.

A continuación, se detalla las técnicas e instrumentos a utilizar:

Tabla 3 Procedimientos

Técnicas	Instrumentos
Entrevista	Formulario
Encuesta	Cuestionario

Autora: Pérez, O. (2019)

Encuesta

Uribe, (2015) sugiere que, la encuesta debe ser elaborada, revisada, validada y aprobada por personas que conocen de los aspectos metodológicos, dado a que no se debe hacer un formulario como buscar un problema, sino que su indagación debe estar centrada en los factores que inciden en el problema. (pág. 34)

La encuesta es una herramienta que aunque precisan de preguntas cerradas, estas preguntas deben estar enfocadas en indagar los causales, y a su vez ser prácticos en los procesos donde se identifican las debilidades y las posibles soluciones. Además, se debe establecer este instrumento de forma simple sin caer en rebuscar aspectos que incomoden al que va a ser encuestado.

Entrevista:

Según Ponce, (2016),

la entrevista se diferencia con la encuesta ya que la primera se caracteriza por ser un instrumento de carácter abierto y directo con el elemento seleccionado, además es de fácil comprensión, en la entrevista se permite manifestar todas las opiniones y sugerencias, por lo que es de gran utilidad ya que se le puede dar un juicio de

valor a las justificaciones u opiniones vertidas por el entrevistado.
(pág, 29)

La entrevista es parte de una investigación con la única intención de identificar las necesidades del entorno, de allí que su aplicación debe estar fundamentada en los aspectos científicos y técnicos, así mismo, se debe considerar que su indagación no puede incomodar al entrevistado porque son destinados a los autores más involucrados.

Procedimiento de la Investigación

Para el presente tema de investigación se aplicará la entrevista a la alta gerencia y las encuestas a los demás colaboradores

Encuesta a los colaboradores

La encuesta tendrá ocho preguntas, donde se va a indagar sobre la falta de motivación, sus causales, los factores de capacitación, incentivos y otros aspectos que deben estar explícitos en el proceso de investigación.

Además, se debe considerar no solo lo que opinan en las preguntas sino que también las actitudes frente a las cuestiones, donde se pueden identificar cada uno de los procesos de solución, para establecer las soluciones oportunas.

Entrevista al Gerente

La entrevista al gerente se hace con la única intención de conocer la realidad desde el punto de vista administrativo, es decir desde el rol que desempeña el poder brindar o participar de las alternativas de solución.

Su aplicación permite conocer las interpretaciones del gerente en cuanto a la capacitación, incentivos, motivaciones, funciones específicas y demás alternativas que se han identificado los problemas.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Aplicación de las técnicas e instrumentos

Encuesta

1.- ¿Considera que la empresa AGRIPAC S.A ofrece una excelente atención a sus clientes?

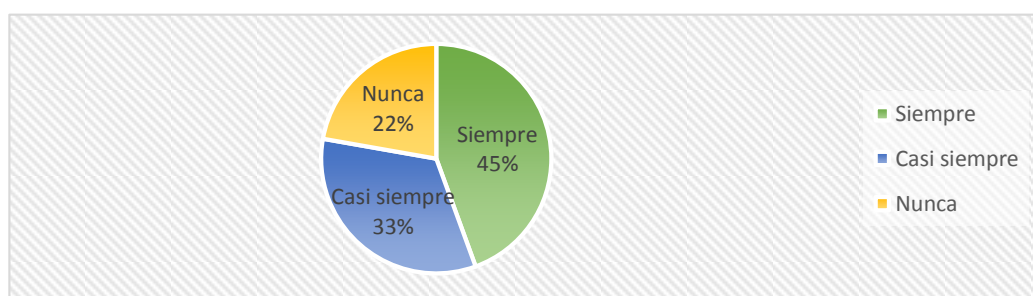
Tabla 4 Atención al cliente

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	8	45%
Casi siempre	6	33%
Nunca	4	22%
TOTAL	18	100%

Fuente: Colaboradores de la empresa Agripac S.A, (Babahoyo).

Elaborado por: Pérez Oscar

Gráfico 1 Atención al cliente



Fuente: Colaboradores de la empresa Agripac S.A, (Babahoyo).

Elaborado por: Pérez Oscar

Análisis: La atención al cliente es uno de los aspectos más relevantes para obtener un rendimiento financiero, y toda empresa siempre se enfoca en determinar cambios para lograrlos, a pesar de que los empleados no se sienten conforme por ello es que más de la mitad afirman reconocer que no brindan un servicio de calidad.

2.- ¿Existe un proceso adecuado específico en la atención al servicio al cliente?

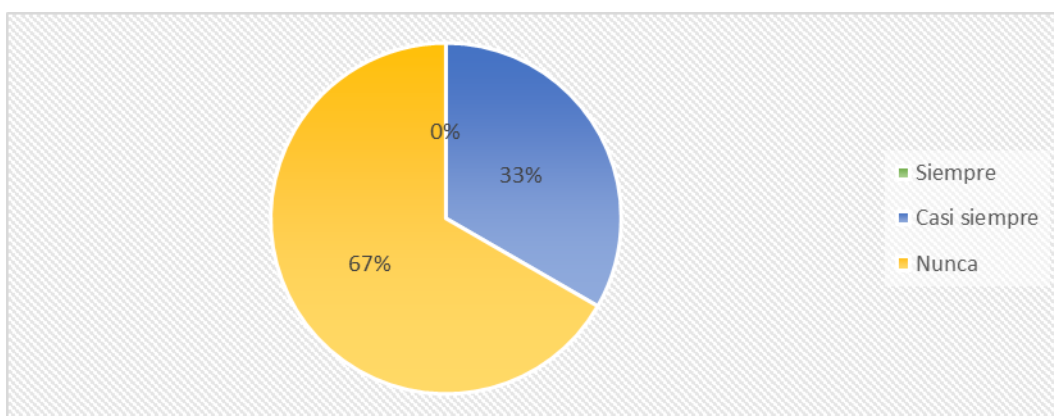
Tabla 5 Proceso adecuado en atención al cliente

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi siempre	6	33%
Nunca	12	67%
TOTAL	18	100%

Fuente: Colaboradores de la empresa Agripac S.A, (Babahoyo).

Elaborado por: Pérez Oscar

Gráfico 2 Proceso adecuado en atención al cliente



Fuente: Colaboradores de la empresa Agripac S.A, (Babahoyo).

Elaborado por: Pérez Oscar

Análisis: Los procesos para desarrollar un buen servicio deben estar fijados bajo normativas, esto va a permitir que haya lineamientos a seguir y que existan deficiencias, es por ello que del personal encuestado más de la mitad no poseen un proceso adecuado.

3.- ¿Recibe usted incentivos y reconocimientos en su desempeño como colaborador de la empresa Agripac?

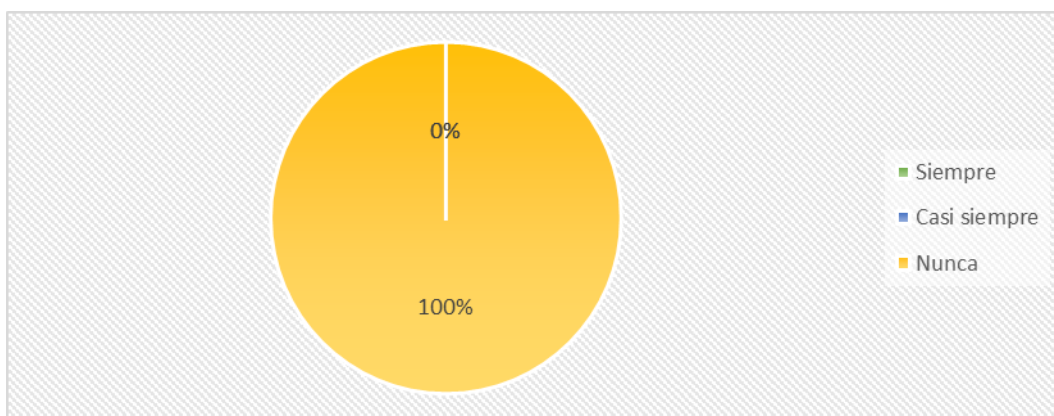
Tabla 6 Incentivos y reconocimientos al personal

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi siempre	0	0%
Nunca	18	100%
TOTAL	18	100%

Fuente: Colaboradores de la empresa Agripac S.A, (Babahoyo).

Elaborado por: Pérez Oscar

Gráfico 3 Incentivos y reconocimientos al personal



Fuente: Colaboradores de la empresa Agripac S.A, (Babahoyo).

Elaborado por: Pérez Oscar

Análisis: Los incentivos y remuneraciones son uno de los elementos esenciales para que exista una excelente motivación laboral, de ello es que del personal encuestado en base a esta temática, el total opina no recibir algún incentivo sea económico o no económicos.

4.- ¿Se preocupa el gerente que exista un buen ambiente laboral en el entorno donde se desarrollan?

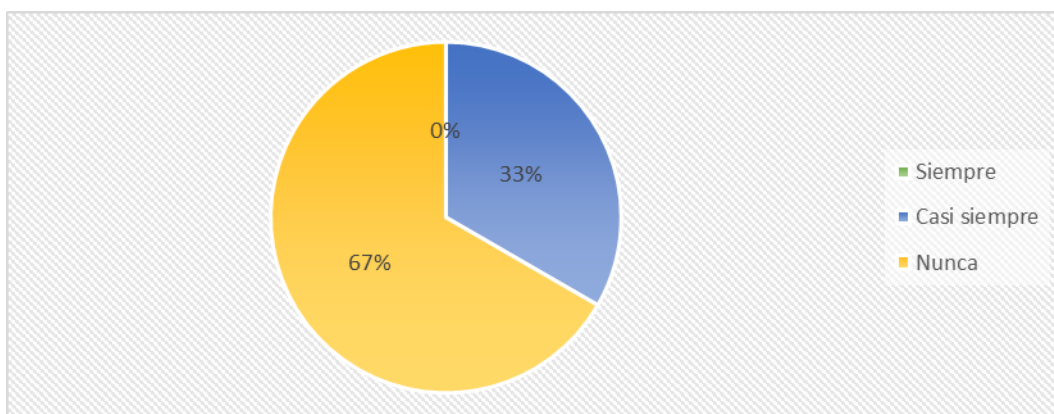
Tabla 7 Ambiente laboral armónico

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi siempre	6	33%
Nunca	12	67%
TOTAL	18	100%

Fuente: Colaboradores de la empresa Agripac S.A, (Babahoyo).

Elaborado por: Pérez Oscar

Gráfico 4 Ambiente laboral armónico



Fuente: Colaboradores de la empresa Agripac S.A, (Babahoyo).

Elaborado por: Pérez Oscar

Análisis: La gerencia tiene la competencia de establecer procesos para establecer una armonía en cuanto al aspecto laboral, de hecho los colaboradores de la empresa Agripac están consiente de no desarrollarse en un ambiente de armonía por las complejidades de los procesos tanto de ventas como de seguimiento del servicio que ofrecen.

5.- ¿Considera necesario aplicar un Plan de Motivación Laboral para fortalecer el nivel de ventas en la empresa Agripac?

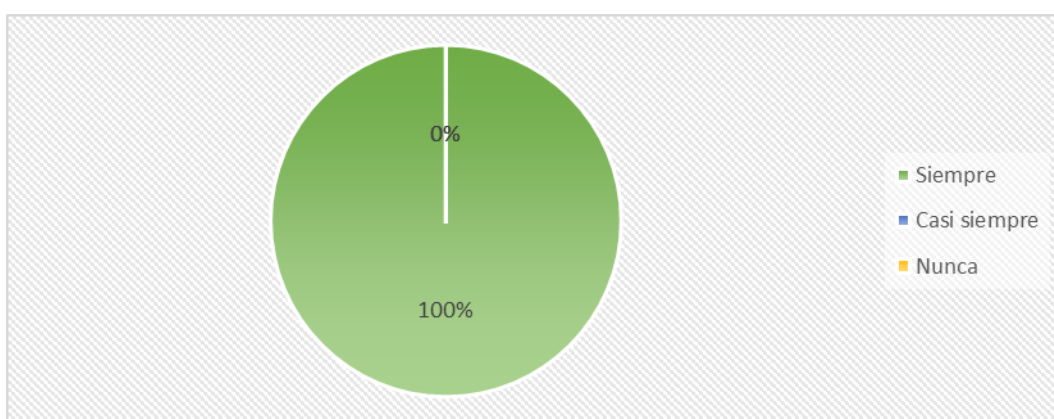
Tabla 8 Plan de motivación

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	18	100%
Casi siempre	0	0%
Nunca	0	0%
TOTAL	18	100%

Fuente: Colaboradores de la empresa Agripac S.A, (Babahoyo).

Elaborado por: Pérez Oscar

Gráfico 5 Plan de Motivación



Fuente: Colaboradores de la empresa Agripac S.A, (Babahoyo).

Elaborado por: Pérez Oscar

Análisis: Como ya se ha considerado en el desarrollo del presente proceso de investigación, se debe considerar que debe haber soluciones frente a la problemática, en este caso se ha propuesto un plan de motivación laboral, y eso se ha visto en el resultados de las opiniones dado a que todos están consiente de necesitar un diseño de motivación.

Entrevista realizada al Gerente de AGRIPAC S.A.

Objetivo: Identificar la opinión del gerente frente a la necesidad de aplicar alternativas necesarias para motivar al personal que vende y que tiene el contacto directo con los clientes.

Se estableció un formulario de siete preguntas que tiene la particularidad de desarrollar aspectos de indagación, esto va a permitir que existan los indicadores de necesidad que van a ser identificar los causales del problema y la manera de cómo se puede resolver este conflicto.

El resultado de esta aplicación ha identificado que debe haber lineamientos de funciones así como el factor de implementar actividades que promuevan un buen ambiente laboral y por ende se tuvo que indagar sobre los aspectos estrategias que promuevan una motivación laboral para el buen desempeño en sus actividades que se les entregan.

Análisis e interpretación:

Dado la aplicación del instrumento de investigación, se pudo evidenciar por parte del gerente que está consiente que la empresa tiene una gran desventaja y es que por ser sucursal, no puede tomar las arbitrariedades de desarrollar capacitaciones o actividades sin la autorización de la matriz. Otros de los aspectos que se identificó es la manera de exigir a los empleados a que cumplan con sus funciones sin necesidad de dar incentivos, ya que eso de premiar a los colaboradores si se aplican pero lo hacen a nivel nacional y para que ellos reciban un incentivo debe esperar un concurso general.

Plan de Motivación laboral para Agripac S.A.

Generalidades

El plan de motivación laboral es un instrumento que la organización debe implantar con el objetivo de mejorar la motivación laboral así como elevar también el volumen de ventas. Se debe considerar que aplicar un plan de motivación no es sencillo, tiene sus costos y su aplicación requiere de un análisis minucioso, de allí es que haya responsables debidamente preparados para que se cumpla el objetivo por el cual se plantea.

Urrunaga, (2016) refiere que:

“La motivación laboral debe estar identificada sobre un plan o programa, que conlleva a resultados de rendimiento favorable tanto para ellos como para la empresa a la que se deben, por eso un plan de motivación es elaborado de acuerdo a las necesidades que presenten todo el personal administrativo y operativo”. (pág. 45)

Objetivo del Plan de Mejora

Fomentar la motivación laboral al personal de Agripac mediante actividades y tareas que permitan mejorar el volumen de ventas.

Condiciones previas:

Se debe considerar que para implementar un plan de motivación laboral los aspectos de adaptar estos criterios hay que analizar no solo la incidencia, sino que las áreas en la que involucraran las actividades deben estar bajo la supervisión de la alta gerencia, así como el seguimiento preciso para que no haya falencias en los procesos a seguir.

Factores Internos y Externos

Es importante identificar los factores que van a ser beneficiados con el plan de motivación laboral tanto en la parte interna como en la parte externa, detallados en el siguiente cuadro:

Tabla 9 Factores Internos y Externos

FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
Mejora la línea comunicativa.	Presenta una imagen corporativa competitiva.
Fortalece la cultura organizacional.	Eleva el nivel de rentabilidad económica y financiera.
Desarrolla los procesos administrativos con excelencia.	Desarrolla con eficiencia los procesos administrativos
Aumenta la capacidad laboral	Competencia estable
Eleva la estabilidad emocional y laboral	Mejora la demanda y la oferta en el mercado local
Soluciona los conflictos laborales	Presenta un servicio de calidad con eficacia.

Elaborado por: Pérez, Oscar. (2019)

Los factores identificados son los escenarios que se esperan que haya resultados positivos, dado a que es el objetivo primordial en cada uno de los procesos de análisis de la problemática y las alternativas de soluciones.

Plan de Motivación Laboral a la Empresa AGRIPAC S.A.

Tabla 10 Planificación

Objetivo General: Fomentar la motivación laboral al personal de Agripac S.A.

PROBLEMA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	META	ACCIONES CONCRETAS	RECURSOS	RESPONSABLES	TIEMPO	ACTIVIDADES
No hay una línea de comunicación interna	Fortalecer la comunicación interna	Comunicación Interna al 100%	Actividades para desarrollar la comunicación interna	Tecnológico. Humanos. Materiales. Financiero.	Coordinador. Expositor. Asistentes.	Mayo 2019 15H00 a 18H00	Esquema de la comunicación interna
Ausencia de los factores que inciden en el trabajo en equipo	Involucrar el equipo con liderazgo	Trabajo en equipo. Liderazgo al 100%.	Factores para el trabajo en equipo	Tecnológico. Humanos. Materiales. Financiero.	Coordinador. Expositor. Asistentes.	Junio 2019 15H00 a 18H00	Simulación del trabajo en equipo en una función específica
Elevado nivel de estrés	Erradicar el estrés laboral	Manejo de reducción del estrés al 100%	Dinámicas en el campo laboral para eliminar el estrés.	Tecnológico. Humanos. Materiales. Financiero.	Coordinador. Expositor. Asistentes.	Julio 2019 15H00 a 18H00	Dinámicas en el manejo del estrés
Escaso manejo de conflictos laborales en los procesos de ventas	Manejar los conflictos laborales	Manejo de conflictos al 100%	Procesos del manejo de conflictos	Tecnológico. Humanos. Materiales. Financiero.	Coordinador. Expositor. Asistentes.	Agosto 2019 15H00 a 18H00	Drama en eventos de conflictos
Inestabilidad emocional y laboral	Brindar la estabilidad emocional y laboral	Superación y Crecimiento personal y laboral al 100%	Estrategias para mantener el nivel emocional y superación personal	Tecnológico. Humanos. Materiales. Financiero.	Coordinador. Expositor. Asistentes.	Septiembre 2019 15H00 a 18H00	Taller de Superación personal y laboral

Elaborado por: Pérez, Oscar. (2019)

TALLER 1

TEMA: Comunicación Interna.

OBJETIVO: Fortalecer la comunicación interna.

DESARROLLO: Se considera la focalización de los tipos de comunicación interna y la que se aplica en la empresa AGRIPAC, así como el plan de comunicación interna y los principios generales de la comunicación interna.

Gráfico 6 Tipos de Comunicación Interna



Elaborado por: Pérez, Oscar. (2019)

Tabla 11 Tipos de Comunicación Interna

TIPOS DE COMUNICACIÓN INTERNA		
ASCENDENTE	DESCENDENTE	LITERAL
Este tipo de comunicación se dirige hacia un nivel superior en el grupo de la organización.	Esta línea de comunicación se dirige desde un nivel del grupo a un nivel más bajo de la organización.	Se da cuando existe una misma línea entre todos los niveles, conocida como comunicación directa.

Elaborado por: Pérez, Oscar. (2019)

Gráfico 7 Plan de Comunicación Interna



Elaborado por: Pérez, Oscar. (2019)

Tabla 12 Principios generales de la Comunicación Interna.

PRINCIPIOS GENERALES DE LA COMUNICACIÓN INTERNA	
PRINCIPIO	DESCRIPCIÓN
Ineludibilidad	Las personas comunican entonces la empresa comunica
Mediación	La comunicación tiene un fin, y es mediar, ayudar y colaborar.
Facticidad	No hay que suponer que la comunicación se sobreentiende.
Responsabilidad	Es el resultado entre el emisor y el destinatario.
Adaptación	Siempre debe adaptarse de emisor a receptor, no viceversa.
Taxonómico	La comunicación puede utilizar todos los canales para fluir.
Globalidad	Se enfoca en el enfoque de la comunicación externa.

Elaborado por: Pérez, Oscar. (2019)

TALLER 2

TEMA: Trabajo en equipo.

OBJETIVO: Involucrar el equipo con liderazgo.

DESARROLLO: Es relevante conocer los fracasos al no trabajar en equipo, los beneficios y a la vez las estrategias que se pueden implementar.

Gráfico 8 Fracayos al no trabajar en equipo



Elaborado por: Pérez, Oscar. (2019)

Ilustración 9 Beneficios de trabajar en equipo



Elaborado por: Pérez, Oscar. (2019)

TALLER 3

TEMA: Manejo del estrés laboral.

OBJETIVO: Erradicar el estrés laboral.

DESARROLLO: Se analiza los aspectos que son afectados en los empleados de una empresa y las estrategias que se pueden utilizar para el manejo del nivel del estrés laboral.

Gráfico 10 Aspectos que son afectados en los trabajadores de una empresa



Elaborado por: Pérez, Oscar. (2019)

Gráfico 11 Factores que generan estrés laboral



Elaborado por: Pérez, Oscar. (2019)

TALLER 4

TEMA: Conflictos laborales.

OBJETIVO: Manejar los conflictos laborales.

DESARROLLO: Se considera importante el valorar las relaciones laborales dada a que se refiere a una serie de interrelaciones entre los colaboradores y para manejar los conflictos hay que conocer las causas y por ende las recomendaciones efectivas:

Gráfico 12 Causas de los conflictos laborales



Elaborado por: Pérez, Oscar. (2019)

Gráfico 13 Recomendaciones para evitar los conflictos laborales



Elaborado por: Pérez, Oscar. (2019)

TALLER 5

TEMA: Inestabilidad emocional y laboral.

OBJETIVO: Brindar la estabilidad emocional y laboral.

DESARROLLO: La estabilidad emocional es uno de los factores que permiten que el trabajador pueda tener un buen desempeño y eso va a permitir una estabilidad laboral, por ello es importante conocer las evidencias de tener una alta estabilidad emocional y los beneficios que acarrea en el trabajo.

Gráfico 14 Evidencias de tener una alta estima laboral



Elaborado por: Pérez, Oscar. (2019)

Gráfico 15 Beneficios de la estabilidad emocional en el trabajo



Elaborado por: Pérez, Oscar. (2019)

Conclusiones

- Se establecieron las teorías y fundamentaciones en cuanto a la motivación laboral y el desempeño administrativo.
- Se determinó los métodos y técnicas necesarias para identificar el plan de motivación laboral.
- Se establece la propuesta de un plan de motivación laboral en el desempeño administrativo de la empresa AGRIPAC S.A.
- No existe una buena atención a los clientes dado a que por falta de motivación ellos no pueden dar todo lo que deberían dar.
- No hay procesos en las de ventas y la manera de cómo deben manejar los conflictos de los clientes.
- No hay incentivos ni reconocimientos en cuanto a los procesos de ventas que realiza cada uno de los empleados de la empresa AGRIPAC S.A.
- Los colaboradores no presentan una actitud de motivación dado a que n hay funciones específicas y la acumulación de tareas da lugar el estrés y a la saturación de las responsabilidades.

Recomendaciones

- Implementar un plan de motivación laboral considerando los aspectos de socialización y la forma de como evaluar los resultados.
- Elaborar un manual de procesos de ventas, donde se detallan cada uno de los aspectos y lineamientos para que se exija de acuerdo a las directrices que se requieren.
- Estructurar un plan de incentivos que no necesariamente deben de ser económicos y que si lo pueden hacer a nivel de sucursal.
- Crear actividades y estrategias en un ambiente laboral armónico y que estas tengan resultados favorables.
- Identificar la teoría que fundamenta la motivación laboral e incremento de ventas.
- Desarrollar los métodos y las técnicas del problema planteado.
- Aplicar un plan de motivación laboral de los empleados del área de ventas de Agripac S.A.

Bibliografía

- Bernabé, F. (2016). *Marketing de Servicios y su incidencia en la atención al cliente en la Agencia Servipagos Ambato*. Ambato, Riobamba: Universidad de Ambato.
- Ecuador, C. P. (2008). Constitución Política del Ecuador. *Contraloría General del Estado* (pág. 67). Montecristi, Manabí: Asamblea Nacional Constituyente.
- Fidias Arias. (2006). *Introducción a la metodología científica* (Quinta ed.). Caracas: Epísteme.
- Gallego, F., Isern, I., & Segura, P. (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y tesina* (primera ed.).
- García, P. (2017). *Incentivos y remuneraciones*. Riobamba.
- Hernández, S., Collado, F., & Batista, M. (2010). *Metodología de la investigación* (quinta ed.).
- Huamán, G. (2005). *Manual de Técnicas de Investigación, conceptos y aplicaciones*. Perú.
- Intriago, A. (2015). *Actitudes del personal motivado*. Barcelona, España.
- Linzán, B. (2013). Motivación laboral y su incidencia en los procesos de ventas eficaces. *Conferencia de medios argentinos*, (pág. 45). Argentina.
- Maslow, A. (2015). Teoría de la Motivación Laboral. *Empresas Globales*, 34.
- Moliner, K. (2015). Calidad de Servicio y Satisfacción al cliente en el área de Psicología, España. En K. Moliner, *Calidad* (pág. 233). España: Universidad de Madrid.
- Montalvo, L. (2016). *Calidad en el servicio al cliente*. Madrid, España.

Noriega, R. (2013). La Motivación y su incidencia en el rendimiento laboral de la Empresa Madereq S.A de la ciudad de Ambato,. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.

Plan Nacional del Buen Vivir. (2013). Quito, Ecuador: Asamblea Nacional del Ecuador.

Prado, C. (2017). Resultados del personal motivado en un ambiente laboral armónico. En *Motivación Laboral vs Desempeño administrativo* (pág. 34). Guatemala.

Robalino, A. (2013). La Motivación y su incidencia en el Desempeño Laboral de los colaboradores del área operativa en el gobierno municipal del cantón Píllaro, provincia de Tungurahua. Píllaro, Tungurahua: Universidad de Machala.

Sampieri, H., Baptista, P., & Collado, F. (2010). *Metodología de la Investigación* (quinta ed.). Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigación científica* (cuarta ed.). Mexico.

Tomalá, J. (2016). *Procesos de motivación laboral.* Quito, Ecuador: Universidad Técnica de Quito.

Vivir, P. N. (2017). *Plan Nancional del buen vivir-Constitucion del Ecuador.*

ANEXOS



Guayaquil, 30 de Marzo del 2019

Carta De Aceptación

Ing. Karla Gutiérrez Quiroz

**Directora de la Unidad Académica de Educación Comercial,
Administración y Ciencias**

Por este escrito me permito informarle que la **Sr. Pérez Camacho Oscar Michell**, alumno del Instituto Superior Bolivariano de Tecnología, de la carrera Tecnología en Administración de Empresas, fue aceptada para realizar en la **Empresa “Agripac S.A.”**, su Residencia Profesional, con el proyecto: **“Plan de motivación laboral a los empleados para el incremento de ventas de la empresa “Agripac S.A.”, en el Cantón Babahoyo**, bajo la supervisión y asesoría de Dr. Illescas Prieto Simón Alberto, ocupa el cargo de Tutor.

ATENTAMENTE

Gerente

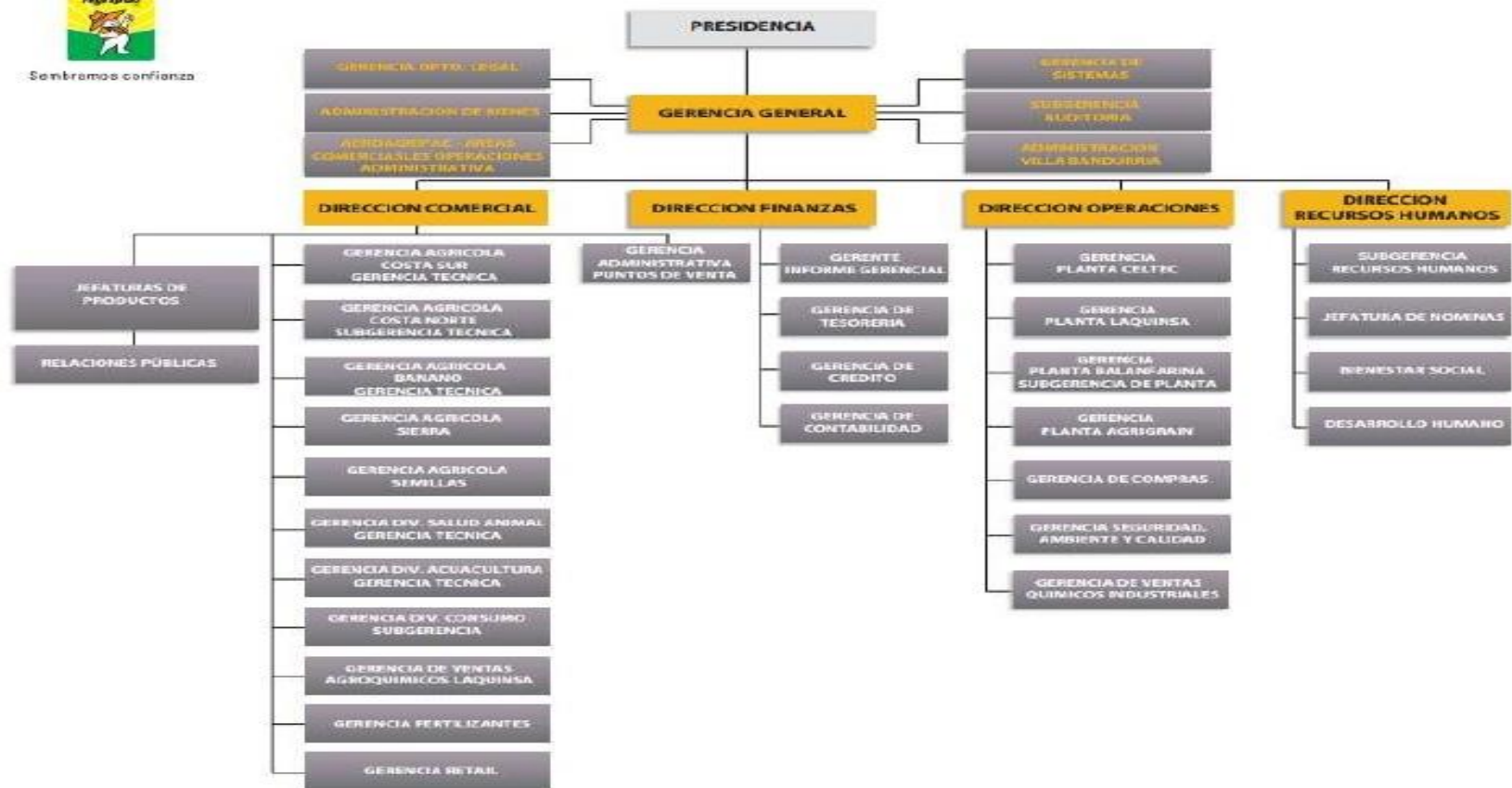
Visión:

Consolidar al Grupo Agripac en el país y en toda América Latina, enfocando nuestro futuro en el cliente como base del éxito del negocio.

Misión:

Satisfacer a los clientes cumpliendo con las especificaciones de los productos y servicios que brindan. Realizar actividades considerando el desarrollo sustentable de los recursos ambientales. Mantener sitios seguros y saludables de trabajo para los colaboradores, proveedores y visitantes.

Organigrama de Agripac.



Logo de la Empresa





Atención a clientes en la agencia Babahoyo



Despachando los insumos agrícolas a los clientes



Inventario de los insumos agrícolas



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÌA

ENTREVISTA AL GERENTE DE LA EMPRESA AGRIPAC

NOMBRE: _____ FECHA: __/__/2019 HORA: _____

Objetivo del instrumento: Obtener información importante sobre la motivación laboral para fortalecer los niveles de ventas.

Formulario:

1. ¿Considera que el personal que usted dirige brinda un servicio de calidad en relación a la atención al cliente?

2. ¿Ofrecen incentivos para motivar a los trabajadores en el rol que desempeñan en la empresa AGRIPAC S.A?

3. ¿Dirige usted procesos de seguimiento y evaluación en cuanto al desempeño laboral de sus trabajadores?

4. ¿Ofrece la empresa un ambiente laboral armónico para que sus trabajadores desempeñen sus funciones con eficacia y eficiencia?

5. ¿Aplica usted una evaluación de desempeño laboral para identificar las falencias que presenta el personal de ventas?

6. ¿En cuanto al desempeño laboral, desarrollan reconocimiento de acuerdo al rendimiento de cada uno de los trabajadores?

7. ¿Considera usted que la aplicación de un plan de motivación laboral aportaría de manera significativa en la atención al cliente?

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO
ENCUESTA AL PERSONAL DE LA EMPRESA AGRIPAC

Objetivo: Obtener información importante sobre la motivación laboral para fortalecer la atención al cliente.

PREGUNTAS:

1.- ¿Considera que la empresa AGRIPAC S.A ofrece una excelente atención a sus clientes?

Siempre Casi siempre Nunca

2.- ¿Existe un proceso adecuado específico en la atención al servicio al cliente?

Siempre Casi siempre Nunca

3.- ¿Recibe usted incentivos y reconocimientos en su desempeño como colaborador de la empresa Agripac?

Siempre Casi siempre Nunca

4.- ¿Se preocupa el gerente que exista un buen ambiente laboral en el entorno donde se desarrollan?

Siempre Casi siempre Nunca

5.- ¿Considera necesario aplicar un Plan de Motivación Laboral para fortalecer el nivel de ventas en la empresa Agripac?

Siempre Casi siempre Nunca

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.



Factura: 001-002-000061778



20190901017D01870



DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20190901017D01870

Ante mí, NOTARIO(A) AMELIA POLICARPA DITO MENDOZA de la NOTARÍA DÉCIMA SÉPTIMA , comparece(n) OSCAR MICHELL PEREZ CAMACHO portador(a) de CÉDULA 1206149088 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en BABAHOYO, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede , es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 21 DE AGOSTO DEL 2019, (10:47).

OSCAR MICHELL PEREZ CAMACHO
CÉDULA: 1206149088



NOTARIO(A) AMELIA POLICARPA DITO MENDOZA
NOTARÍA DÉCIMA SÉPTIMA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN



Yo, PEREZ CAMACHO OSCAR MICHELL en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación Plan de Motivación Laboral a los Empleados para el Incremento en el Área de Ventas de la Empresa AGRIPAC, de la modalidad semipresencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnología en Administración de Empresas, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

PEREZ CAMACHO OSCAR MICHELL

Nombre y Apellidos del Autor

Firma

No. de cédula: 1206149088



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Número único de identificación: 1206149088

Nombres del ciudadano: PEREZ CAMACHO OSCAR MICHEL

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/LOS RIOS/BABAHOYO/CLEMENTE
BAQUERIZO

Fecha de nacimiento: 23 DE NOVIEMBRE DE 1992

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: HOMBRE

Instrucción: SUPERIOR

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: PEREZ TORRES HEVER OSCAR

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: CAMACHO MUÑOZ GLADYS LEONOR

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 23 DE ABRIL DE 2012

Condición de donante: SI DONANTE POR LEY

Información certificada a la fecha: 21 DE AGOSTO DE 2019

Emisor: AMELIA POLICARPA DITO MENDOZA - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 17 - GUAYAS - GUAYAQUIL



N° de certificado: 191-252-99526



191-252-99526

Lcdo. Vicente Taiano G.

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación

Documento firmado electrónicamente





INFORMACIÓN ADICIONAL DEL CIUDADANO

NUI: 1206149088

Nombre: PEREZ CAMACHO OSCAR MICHELL

1. Información referencial de discapacidad:

Mensaje: No se encontró persona con discapacidad %

1.- La información del carné de discapacidad es consultada de manera directa al Ministerio de Salud Pública - CONADIS en caso de inconsistencias acudir a la fuente de información

Información certificada a la fecha: 21 DE AGOSTO DE 2019

Emisor: AMELIA POLICARPA DITO MENDOZA - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 17 - GUAYAS - GUAYAQUIL

N° de certificado: 199-252-99546



199-252-99546





REPÚBLICA DEL ECUADOR
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL
IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

CEDULA DE No. **120614908-8**

CIUDADANIA
APELLIDOS Y NOMBRES
**PEREZ CAMACHO
OSCAR MICHELL**

LOS RIOS
LUGAR DE NACIMIENTO
BABAHOYO
CLEMENTE BAQUERIZO
FECHA DE NACIMIENTO **1992-11-23**

NACIONALIDAD **ECUATORIANA**
SEXO **M**
ESTADO CIVIL **SOLTERO**

INSTRUCCIÓN **SUPERIOR** PROFESIÓN / OCUPACIÓN **ESTUDIANTE** I3338V2242

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE **PEREZ TORRES HEVER OSCAR**

APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE **CAMACHO MUÑOZ GLADYS LEONOR**

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN
GUAYAQUIL
2012-04-23

FECHA DE EXPIRACIÓN
2022-04-23

728149088

[Signature] DIRECTOR GENERAL

[Signature] FIRMA DEL CEDULADO



CERTIFICADO DE VOTACIÓN
24 - MARZO - 2019

0025 M JUNTA No. 0025 - 305 CERTIFICADO No. 1206149088 CEDULA No.

PEREZ CAMACHO OSCAR MICHELL
APELLIDOS Y NOMBRES

1206149088



PROVINCIA: **LOS RIOS**

CANTÓN: **BABAHOYO**

CIRCUNSCRIPCIÓN:

PARROQUIA: **DR. CAMILO PONCE E.**

ZONA:

ELECCIONES SECCIONALES Y GPECOS
2019

CIUDADANOS

ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED SUFRAGÓ EN EL PROCESO ELECTORAL 2019

[Signature]

F. PRESIDENTE(A) DE LA JUNTA

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor (a) del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **Propuesta para mejorar la motivación laboral de la empresa Agripac en el departamento de ventas en el cantón Babahoyo y problema de investigación: ¿Cómo incide la motivación a los empleados para el debido incremento en el área de ventas en la empresa Agripac ubicada en el cantón Babahoyo , Provincia de Los Ríos , en el año 2019** presentado por **Oscar Michell Pérez Camacho** como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresado:



Tutor:



Pérez Camacho Oscar Michell Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES** del ITB.

Luis Alberto Añato

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT



Luis Alberto Añato

Firma