



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

**Proyecto de titulación previo a la Obtención del Título de:
TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**PROPUESTA DE ACCIONES PARA MEJORAR LA MOTIVACIÓN
LABORAL DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA
“DECORACIONES M&M” DEL RECINTO CERECITA**

Autor: Flores Quinde Pedro Pablo

Tutor: Ing. López Perero Marlo Antonio Mba.

Guayaquil, Ecuador

2021



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE: TECNÓLOGO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

Tema:

**“PROPUESTA DE ACCIONES PARA MEJORAR LA MOTIVACIÓN
LABORAL DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA
“DECORACIONES M&M” DEL RECINTO CERECITA**

Autor: Flores Quinde Pedro Pablo

Tutor: Ing. López Perero Marlo Antonio

Resumen

El presente proyecto de investigación establece un estudio basado en la percepción de varios aspectos referentes a la motivación laboral cumpliendo con el objetivo de proponer acciones de mejoras para elevar la motivación laboral de los colaboradores de la empresa M&M Decoraciones, de manera que se incremente la productividad en el trabajo. una de ellas, que mediante este estudio se pretende conocer la percepción que cada de los colaboradores de la empresa “Decoraciones M&M” del Recinto Cerecita por los cuales las personas sienten la necesidad de trabajar. En la investigación se conoce la relación que existe entre las motivación que reciben los empleados que se desempeñan ante la variable Motivación Laboral y la productividad pues existen muchos motivos por los cuales las personas sienten la necesidad de trabajar, como son las motivaciones intrínsecas que son las que aportan al engrandecimiento y superación de las personas y por otro lado la motivación de tipo extrínseca que es la que permite que las personas busquen recompensas externas, llegando así situarnos en las remuneraciones ya que las percepciones que tienen los colaboradores de las mismas muchas veces se sitúan como la fuerza impulsora y determinante para que una persona continúe y realice de forma eficiente el desempeño dentro de su puesto de trabajo. Mediante el estudio de las remuneraciones se ha podido investigar y analizar los factores que influyen en la desmotivación laboral facilitando así la elaboración de un taller en el que se pretende llegar a los colaboradores mediante el cambio de la percepción que tienen frente a lo que perciben como remuneración de su trabajo.

Motivación laboral

Productividad

Trabajadores



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE: TECNÓLOGO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

Tema:

**PROPUESTA DE ACCIONES PARA MEJORAR LA MOTIVACIÓN
LABORAL DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA
“DECORACIONES M&M” DEL RECINTO CERECITA**

Autor: Flores Quinde Pedro Pablo

Tutor: Ing. López Perero Marlo Antonio Mba.

Abstract

This research project establishes a study based on the perception of various aspects related to work motivation, fulfilling the objective of proposing improvement actions to raise the work motivation of the employees of the company M&M Decorations, in such a way that productivity is increased at work. one of them, that through this study it is intended to know the perception that each of the collaborators of the company "Decorations M&M" of the Cerecita Enclosure for which people feel the need to work. In the research, the relationship that exists between the motivation received by the employees who perform before the Labor Motivation variable and productivity is known, since there are many reasons why people feel the need to work, such as the intrinsic motivations that are the that contribute to the growth and improvement of people and, on the other hand, extrinsic motivation, which is what allows people to seek external rewards, thus reaching us in remuneration since the perceptions that collaborators have of them are often position as the driving and determining force for a person to continue and efficiently perform performance within their job. Through the study of remuneration, it has been possible to investigate and analyze the factors that influence job demotivation, thus facilitating the development of a workshop in which it is intended to reach employees by changing the perception they have of what they perceive as compensation for your work.

Work motivation

Productivity

Workers

CONTENIDO

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	iv
CLAUSULA TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	¡Error! Marcador no definido.
DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMA	vi
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT.....	vii
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE GRÁFICOS.....	xiii
CAPÍTULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1.Ubicación del problema en un contexto.....	1
1.2 Situación conflicto	2
1.3 Delimitación del problema	4
1.4 Formulación del Problema	4
1.5 Evaluación del problema.....	4
1.6 Variable de la investigación	5
1.7 Objetivo General.....	5
1.8 Objetivos Específicos.....	6
1.9 Justificación de la investigación.....	6
CAPITULO II.....	8
MARCO TEÓRICO.....	8
2.1 Antecedentes históricos.....	8

2.2 Antecedentes referenciales	14
Funciones del marco teórico	16
2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL	24
2.4 Conceptualización de variables	31
2.5 DEDICIONES CONCEPTUALES	32
CAPITULO III.....	36
METODOLOGÍA.....	36
3.1 Presentación de la empresa.....	36
3.2 Diseño de la Investigación	41
3.3 Población y muestra.....	42
3.4 Técnicas de investigación	45
CAPITULO IV.....	52
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	52
CONCLUSIONES	66
RECOMENDACIONES	67
BIBLIOGRAFIA	68
ANEXOS.....	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Colaboradores de la empresa.....	38
Tabla 2 Tipos de eventos que se ofertan.....	38
Tabla 3 Recursos Económicos	40
Tabla 4 de población.....	43
Tabla 5 de muestra	45
Tabla N 6. Clientes que contarían servicios.....	52
Tabla 7. Clientes que contrataron con anterioridad	53
Tabla 8. Calificación del servicio.....	54
Tabla 9. Importancia del servicio	55
Tabla 10. En que ocasión contrataría estos servicios.....	56
Tabla 11. Expectativas a cumplir	57
Tabla 12. Precios de servicios	58
Tabla 13. Calificación de la publicidad.....	59
Tabla 14. Conocimiento sobre ventas.....	60
Tabla 15. Evaluación de promociones.....	61
Tabla 16. Nombre de la empresa.....	62
Tabla 17. Ubicación de la empresa.....	63

ÍNDICE GRÁFICOS

Gráfico 1 Logo de la empresa	36
Gráfico 2. Organigrama Gerente	37
Grafico 3. Cartera de Servicio	39
Gráfico 4 Presentación de cartera de servicios	39
Gráfico 5. Personas que contrataran los servicios	52
Grafico 6. Clientes que contrataron con anterioridad	53
Gráfico 7. calificación del servicio	54
Gráfico 8. Preferencia del servicio.....	55
Gráfico 9 Tipo de Servicio	56
Gráfico 10. Expectativas que se deberían cubrir	57
Gráfico 11. Disposición para el pago.....	58
Gráfico 12. Publicidad que aplica M&M.....	59
Gráfico 13. Calificación de empleados sobre la gestión de ventas ...	60
Grafico 14. Como evalúan las promociones.....	61
Gráfico 15. Mejoramiento de la razón social	62
Gráfico 16. Cuál será el sector más adecuado.....	63

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Ubicación del problema en un contexto

La motivación es un factor importante en la productividad laboral cosa por la cual no se percibe en los trabajadores, la motivación laboral es la fuerza que impulsa al trabajador a realizar determinadas acciones o comportamientos para la consecución de los objetivos de la empresa. La retribución económica por sí sola no es suficiente fuente de motivación laboral, el trabajador espera recibir además un salario emocional, que podemos definir como toda retribución que recibe el trabajador distinto del dinero.

El reconocimiento de los superiores y compañeros, el fomento del sentimiento de autonomía y responsabilidad del trabajador, son principal fuente de motivación. Las empresas deben invertir en esos factores, que implique bajos costes y aumento de la motivación del trabajador. Un empleado motivado buscara la consecución de sus objetivos para conseguir sus expectativas y a su vez esos objetivos serán los de la empresa, aumentando la productividad de la misma (Garcia, 2016).

No todas las conductas humanas son motivadas, por eso son predecibles y están influenciadas por factores externos (problemas familiares) y factores internos (problemas dentro del trabajo). Los empleados reaccionan de acuerdo con sus emociones, de ahí que dicha reacción es considerada como acción refleja.

El interés que tienen los gerentes por el bienestar no solo de la empresa que dirigen sino de la forma de actuar de sus empleados, es lo que hace que tome tanta importancia la motivación. Esta motivación debe ir destinada al cambio de actitud de los trabajadores para que se sientan satisfechos y que su rendimiento sea óptimo.

La motivación es algo que solo el propio empleado puede hacer hacia sí mismo, en respuesta a ciertos estímulos. La motivación está definida como el impulso interno para alcanzar una meta particular; otras personas no lo pueden motivar a uno. Por lo tanto, los gerentes tienen que cambiar esa forma de pensar ¿cómo lo hacen? Tratando que el ambiente de trabajo sea el adecuado para que los trabajadores se motiven a sí mismo y así poder decir que el gerente busca motivar a sus empleados ofreciéndoles las mejores condiciones de trabajo.

Ante la situación de crisis económicas que se vive en la actualidad, se podría considerar que el trabajo solo se concibe únicamente como la fuente económica para satisfacer solo las necesidades básicas de cualquier individuo, y que el individuo con ello se sentirá satisfecho debido al clima de incertidumbre sobre la estabilidad económica y de empleo (García, 2016).

Actualmente la empresa se enfrenta a un mercado global y competitivo, donde la complejidad de los procesos es cada vez mayor, los clientes son cada vez más exigentes y la rápida evolución tecnológica cambia constantemente la comunicación entre proveedores y compradores; por esta razón es importante abordar temas de productividad y mejoramiento continuo de la calidad en la empresa. Ante esta problemática existente en el mercado, la empresa ha adaptado distintas estrategias, que permiten dar respuestas rápidas y reaccionar positivamente; para ello realizan distintos análisis y/o diagnósticos para conocer las fortalezas y debilidades, para así plantear las soluciones que incrementen los estándares de calidad y productividad, y de esta manera mantenerse y extender sus productos a nuevos mercados e inclusive innovar (Lavallo, 2018).

1.2 Situación conflicto

La empresa Decoraciones M&M, es una microempresa que funciona desde el año 2018 en el recinto Cerecita, provincia del Guayas, perteneciente a la ciudad de Guayaquil. Esta empresa de diseño y decoración de interiores

decoraciones M&M fue creada con la finalidad de satisfacer las necesidades del Recinto De Cerecita que no contaba con una empresa de eventos y mucho menos que adaptara el inmobiliario que posee a las fiestas o eventos dentro de esta comunidad.

Actualmente la misma viene afrontando problemas porque los colaboradores se encuentran desmotivados a través de una encuesta se logró conocer el grado de desmotivación que tienen los empleados, la falta de movilidad al momento acordado ya que se requiere una camioneta propia lo que ocasiona dicha incomodidad al momento de ir y al momento de regresar.

Sin embargo, en la empresa existe en la actualidad una serie de problemas en los procesos, la falta de información, el no contar con los vehículos para las entregas de los pedidos, generando molestias en los trabajadores y ciertos inconvenientes con los clientes. Existen problemas como estos a los cuales se les pueden dar varias soluciones ya que hay una predisposición para mejorar la gestión en sus procesos a futuro, para lo cual se planteará la más eficiente y eficaz propuesta para la empresa, aplicando una encuesta con una serie de preguntas enfocadas para conocer el grado de aceptación entre los clientes de la empresa. Para poder identificar las causas y efectos del problema objeto de estudio el investigador aplicará la técnica de marco lógico para relacionar antecedentes y consecuentes y buscar otras alternativas de solución.

Las manifestaciones que se observan en el entorno es una alta tasa de alta tasa por la reducida motivación laboral, que genera baja productividad en los colaboradores en la empresa “decoraciones M&M, del Cantón Guayaquil, Recinto Cerecita, durante el periodo 2020, dado el alto incumplimiento de los contratos formalizados, los reducidos ingresos para la empresa y la amplia rotación de personal, esto es generado por los escasos medios de movilización, los limitados recursos para invertir en activos y los altos costos de los vehículos, además se observa un limitado

posicionamiento de la empresa, amplia búsqueda de la competencia por parte de los clientes y una reducida difusión de los servicios, esto es provocado, por la reducida utilización de las redes sociales, el amplio desconocimiento de la tecnología y la limitada capacitación del personal.

Por ultimo las manifestaciones observables son los altos costos de los servicios ofertados lo que conlleva a una escasa demanda de servicios y al incumplimiento con terceros, lo antes indicado es provocado por una amplia insatisfacción de los clientes, el incremento de quejas no solucionadas dado el reducido compromiso del personal, todo lo antes mencionado conduce al problema central. Reducida motivación laboral, genera baja productividad en los colaboradores en la empresa Decoraciones M&M, del Cantón Guayaquil, Recinto Cerecita, durante el periodo 2020

1.3 Delimitación del problema

Campo: Administración Recursos Humano

Aspecto: Motivación laboral

Área: Departamento Administrativo

Periodo: 2020

1.4 Formulación del Problema

¿Cómo incide la falta de motivación laboral en los colaboradores en la empresa Decoraciones M&M en los resultados de productividad del trabajo?

1.5 Evaluación del problema

Entre los aspectos generales tomado en cuenta para la evaluación de esta investigación han sido:

Delimitado: Reducida motivación laboral, genera baja productividad en los colaboradores en la empresa “decoraciones M&M, del Cantón Guayaquil, Recinto Cerecita, durante el periodo 2020

El trabajo realizado se considera que es delimitado, ya que se enfoca en mejorar la motivación laboral en los colaboradores, ubicada en el Recinto De Cerecita.

Claro: La redacción del trabajo fue cuidadosamente concebida para que laboran que pueda ser de la comprensión e interpretación de todos los integrantes en la empresa Decoraciones M&M, con la finalidad que pueda ser puesto en práctica de una mejor manera.

Relevante: Porque la estrategia que se propone implementar va a servir para mejorar la motivación laboral en los colaboradores, beneficiando no solo al dueño, sino también a los trabajadores, al permitir que el establecimiento logre niveles de eficiencia y competitividad con relación al resto de las empresas.

Evidente: Los colaboradores conjuntamente con la dirección, van a comprender la necesidad de implementar una serie de estrategias para mejorar la motivación laboral en los colaboradores mediante la gestión empresarial la empresa Decoraciones M&M.

Original: Se considera original porque nunca antes se había realizado un estudio de esta envergadura en dicha empresa Decoraciones M&M local.

1.6 Variable de la investigación

Variable independiente: Motivación laboral

Variable dependiente: Productividad

1.7 Objetivo General

Determinar de qué manera la motivación laboral incide en el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa M&M Decoraciones, de manera que se incremente la productividad en el trabajo.

1.8 Objetivos Específicos

- Fundamentar y proponer los aspectos teóricos sobre motivación laboral, que sustentan las variables estrategia.
- Evaluar los métodos y las técnicas necesarias para mejorar la productividad de la empresa M&M Decoraciones y su incidencia en los resultados del trabajo.
- Diseñar un plan de estratégico de acciones para mejorar y elevar la motivación laboral de los colaboradores de la empresa M&M Decoraciones.

1.9 Justificación de la investigación

Esta investigación se basa en un sistema holístico de tipo proyectivo, se contará con la recopilación de datos por medio un cuestionario, para medir el nivel de motivación laboral de la empresa. Este instrumento facilitara a saber cómo está la motivación según la percepción de los colaboradores.

- **Conveniencia:** Se considera conveniente dicha investigación, debido a que el tema seleccionado se enfoca en incrementar la motivación laboral, captar clientes, satisfacer y cumplir con los requerimientos que demandan los clientes para lograr la excelencia durante el servicio que se ofrece la empresa M&M Decoraciones”.
- **Relevancia social:** Como relevancia se puede considerar que la implementación las acciones para mejorar la motivación laboral propuestas en este trabajo, no solo va a beneficiar a la directiva y colaboradores de la empresa con un incremento económico, sino que además va a incidir en la mejora de la satisfacción de los clientes que acuden a la empresa para solicitar la mejor atención en el servicio que reciben.
- **Implicaciones prácticas:** Se va a lograr que la motivación laboral por parte de los colaboradores sea mucho más eficiente y productiva

durante su atención con los clientes, lográndose una mayor capitalización de la empresa.

- **Valor teórico:** Los resultados que se obtengan podrán servir para sugerir nuevas investigaciones referentes a otras empresas que oferten productos de decoraciones que presenten el mismo comportamiento respecto a las variables estudiadas.
- **Utilidad metodológica:** Las acciones para mejorar la motivación laboral propuestas en este estudio, pueden servir de guía metodológica para otros estudios a realizar en otras empresas con las mismas características, además, las acciones propuestas en este trabajo, al implementarse en la empresa M&M Decoraciones, le permitirá contar con acciones para mejorar la motivación laboral continua en la actividad del servicio que realizan.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes históricos

La motivación laboral se puede decir que es un conjunto de esfuerzos mediante los cuales el ser humano desempeña diversas actividades para alcanzar una meta. Los motivos que encausan a un hombre o mujer a trabajar, son múltiples, pero independientemente de un factor económico, es importante que las empresas se interesen por sus empleados, que conozcan cuales son los motivos que los impulsan a trabajar.

El hombre mediante el trabajo, que en algunas sociedades lo consideran como un don, puede encontrar grandes satisfacciones, sobre todo cuando, lo que realiza lo hace con gusto y por el cual recibe una recompensa económica. Sin embargo, es importante que, para cualquier empresa, que sus empleados puedan responder y participar en el crecimiento de la misma, que este binomio adquiera un compromiso de igualdad, respeto para convivir en un clima organizacional óptimo.

Así podemos ver que existen factores dentro de la motivación laboral como el ambiente, punto estratégico, donde exista seguridad, un clima de confianza, ya que donde existe una supervisión constante se crea una tensión emocional, que hace sentir al empleado incómodo y por lo tanto su desempeño puede ser mínimo.

Otro factor, no menos importante es la comunicación, ya que cuando se le indica al empleado el camino a seguir, cuando se le da a conocer que existen jerarquías y lineamientos que requieren de su apoyo, el empleado lo hace con gusto, debido a que reconoce el terreno que va a recorrer y dentro de todo ese ámbito sabe que esta su integridad, la de la empresa y su familia. Esta comunicación también es crucial, para que el trabajador este enterado si está desempeñando bien su labor o es necesario que

modifique algunas actitudes, para que continúe en su trabajo. La comunicación cumple una gran tarea, ya que puede ser hasta cierto punto un medio de control para poder dirigir la conducta de sus trabajadores, pero ante todo no olvidar que el empleado es un ser que puede experimentar varias emociones, y todo ese ser merece un trato digno, no puede ser motivo para recibir palabras altisonantes u otros modos que afecten su integridad.

La comunicación entre la empresa y el trabajador puede ayudar para tomar decisiones y evaluar opciones para una mejoría, reflejada en ambas partes. Se puede decir que la satisfacción del trabajo, es una actitud, no se puede tomar como una conducta, ya que se puede expresar si se está no satisfecho con su desempeño, es por eso que la empresa demuestre su interés en el empleado y que a su vez el empleado responda de igual manera, demostrando con su actitud un compromiso, que permita un rendimiento satisfactorio dentro de la organización.

Actualmente para lograr una participación activa del empleado, las empresas están asignando proyectos de trabajo, para así brindar autonomía, resolviendo problemas y encontrar soluciones viables. Mediante estas y otras estrategias, el trabajador se hace acreedor una remuneración de su desempeño y por lo tanto un compromiso de parte de él hacia su fuente de ingresos, que en este caso le podemos nombrar empresa, instituciones, corporativos.

A nivel global la motivación laboral surge alrededor de año de 1700, en el continente europeo, cuando los talleres de artesanos tradicionales se transformaron en fábricas con máquinas operadas por cientos de personas, con intereses y formas de pensar diferentes, reflejando esto en problemas de baja productividad y desinterés por el trabajo. Así que la motivación laboral fue tomando fuerzas en todos los ámbitos de la sociedad, ya que, se puede considerar que la motivación es el conjunto de razones que impulsa y que ayuda a explicar los actos de las personas (Samanez & Medina, 2017).

Pilozo, (2018) Afirma que “son las políticas y prácticas que se requieren para manejar los aspectos que tienen que ver con las relaciones humanas del trabajo administrativo, y ofrecer un ambiente seguro y equitativo para los empleados de la compañía”, es por esto que se puede determinar los aspectos referentes a la motivación laboral tratando de conseguir un ambiente tranquilo y equitativo entre los trabajadores, durante muchos años se llevó a pensar que el capital financiero lo era todo en una organización, pero hoy en día se piensa que si se tiene la capacidad para reclutar y seleccionar personal esto es una fuerza en la empresa que lo constituye.

El común denominador de todas las organizaciones del mundo es que están integradas por personas humanas que para lograr el fin último de la empresa, ponen su trabajo en común. La eficacia y eficiencia de una empresa están determinadas por sus recursos humanos, debido a que sólo mediante éstos es posible la efectividad del resto de recursos existentes. Es por ello que se consideran el activo intangible máspreciado dentro de una organización. El tema propuesto es de interés y actualidad en el mundo empresarial.

El entorno social y empresarial actual se distingue por la fuerza de la globalización y de las nuevas tecnologías. Estas dos fuerzas han revolucionado la competencia empresarial poniendo a disposición de todas las empresas los mismos recursos competitivos. Aparece así, la necesidad de hallar nuevas ventajas competitivas para dirigir una organización hacia el éxito. Los recursos humanos y su correcta gestión son una ventaja sostenible a largo plazo que ayuda a conseguir la eficacia empresarial y los objetivos marcados por la dirección, como se verá más adelante.

La aportación de los diferentes estudios acerca de la motivación laboral, sin duda, ha sido de gran valor para la gestión administrativa, pues el hecho de generar indicadores medibles ha facilitado enormemente la capacidad de interlocución de los departamentos de talento humano con la dirección y, en el momento en que se han incorporado estos indicadores a los

proyectos de mejoramiento continuo de las organizaciones, se ha elevado su rango de importancia en un tema que para buena parte de directivos o empresarios había sido percibido como intangible, etéreo y de dudosa utilidad.

La motivación laboral con un enfoque regional, señala que la que la sociedad no puede ser concebida solamente como un mercado, sino que está constituida por un conjunto de personas que participan de forma cooperativa y competitiva en la comunidad, que tienen determinadas motivaciones y que actúan colectivamente, coordinando sus acciones según los objetivos de sus empresas, en la búsqueda de alcanzar sus propias expectativas. Es importante recalcar que cuando se cuenta con personal motivado existe mayor probabilidad de aportar al incremento del valor económico, por lo que es fundamental analizar estas dos variables (Medina, 2017).

Un estudio más reciente basado en encuestas sobre las condiciones laborales en Colombia, Argentina, Chile, Uruguay y América Central desglosa aún más el problema. Analizando la situación de los empleados no agrícolas que tienen un contrato por escrito, llega a la conclusión de que entre el 11,9% de los hombres en Argentina y el 50,9% de los hombres en Colombia respiran sustancias químicas durante su trabajo y una mayoría tanto de hombres como de mujeres en todos los países de la encuesta ejecutan movimientos repetitivos que pueden tener consecuencias negativas para la salud. Los porcentajes más altos de mala salud declarada por las mujeres son los de América Central (24,3%) y Chile (33,4%).

Aun así, esos resultados son subestimaciones. Esto se debe a que, como subrayan los autores, excluyen a los trabajadores agrícolas, que suelen tener peores condiciones laborales, y a los empleados del sector informal, que, según un estudio del BID, carecen de negociación colectiva, de mecanismos de protección, normas legales y regulaciones y monitoreo de las condiciones laborales. La informalidad laboral también está asociada

con el empleo temporal, con largos horarios laborales y exposición a materiales peligrosos.

Durante la década del 2000, el auge de las materias primas, alimentado por la demanda insaciable de China, junto con el aumento de la inversión extranjera y del gasto público y privado, generó un aumento de la demanda de mano de obra de baja cualificación en América del Sur y propició una reducción de la informalidad.

Sin embargo, a pesar de esas mejoras, la informalidad laboral sigue asolando América Latina y el Caribe. Crea problemas no sólo a los jubilados -dado que más de la mitad de la población no cotiza en un sistema de pensión- sino también para los que están empleados activamente. Estas carencias constituyen un fracaso moral y seguramente afectan la productividad y el crecimiento a través de numerosos canales.

Sin embargo, una mezcla de reportes insuficientes por parte de las empresas, de sistemas deficientes de información del gobierno y una falta de criterios estandarizados para el análisis, dificultan extremadamente tanto la comprensión del problema como el diseño de mejores políticas para luchar contra ello. Con ese fin, una nueva iniciativa, lanzada por un grupo de expertos internacionales de América Latina, Estados Unidos, España y la Unión Europea, conocida como Red Experta ECoTES, ha diseñado una encuesta sobre las condiciones laborales, el empleo y la salud en América Latina y el Caribe para mejorar la calidad y comparabilidad de la información. Esta no es más que una pequeña aportación a lo que será necesario para abordar un problema enorme que ha sido tratado de forma deficiente.

De la motivación laboral a nivel nacional se han realizado diversas investigaciones, se han realizado con respecto al tema de la Motivación y la productividad laboral dentro de las empresas; pues es interés del investigador al seleccionar dicho tema es el de combinar los dos aspectos,

para demostrar como la motivación puede influir en el mejoramiento de la productividad, incluyéndolo en el esquema de la investigación.

Las Organizaciones actualmente se encuentran experimentando cambios de carácter expresamente competitivo, entonces es menester destacar que una organización necesita tener personal potencialmente capacitado para poder afrontar los múltiples cambios en las que estas se ven envueltas en el día a día. En los momentos actuales toda la coyuntura económica, política y social que se vive a nivel nacional se ha generalizado, la necesidad de mejorar la competitividad de las empresas.

Por esta razón es necesario contar con un personal potencialmente motivado y seguro de adaptarse positivamente a su nueva situación, “un personal motivado es la clave para lograr competitividad”.

Es así como se infiere que la teoría de Herzberg, se manifiesta en ver al empleado como el ser que busca el reconocimiento dentro de la organización y la satisfacción de sus necesidades y que, al satisfacer estos dos objetivos, su motivación se convertirá en el impulsador para asumir responsabilidades y encaminar su conducta laboral a lograr metas que permitirán a la organización lograr con éxito su razón de ser, con altos niveles de eficacia. El propósito principal del presente estudio es analizar la influencia de la motivación en el talento humano para lograr el éxito organizacional y determinar los elementos que tienen mayor impacto en el desempeño, la motivación y la calidad en el trabajo (Manjarrez, 2020).

A nivel local la motivación es el impulso que lleva a la persona a actuar o realizar una actividad de la mejor o peor manera. Por ello la motivación es de vital importancia para el logro de los objetivos empresariales y los empleados se sienten inconformes. Con las diferentes decisiones y reglamentos que el administrador general implementa. Adicionalmente, se debe reconocer la falta de regulación de los organismos de control para este tipo de entidades y la forma en que se encuentran afectados los trabajadores. La implementación de procesos obliga a tener una estructura

de acuerdo a las funciones por empleado. Por tal motivo, se tratan temas como la motivación, teorías de la jerarquía de las necesidades, teoría de razones, teoría bifactorial, empresas familiares y la gestión de recursos humanos en las empresas familiares (Párraga, 2019).

Naturalmente el mejoramiento de la competitividad empresarial es un problema complejo por lo que se requiere abordarse en forma exhaustiva, es decir desde una perspectiva que considere todos los factores que tengan que ver con su mejoramiento. La investigación fue realizada en la empresa de eventos “DECORACIONES M&M” DEL RECINTO CERECITA”, pues está orientado a mejorar los niveles de motivación personal, esto, se puede lograr por medio de la aplicación de programas de Capacitación acorde con las necesidades de la empresa, en el estudio se determinó que este es un excelente recurso para elevar la motivación en los empleados se determinó que el Nivel de Motivación se encuentra con un 7,65% sobre rango de diez puntos de su totalidad, y en cuanto al Clima Laboral tenemos un indicador que se encuentra satisfecho con la forma de realizar el trabajo conjuntamente por Confianza y Apoyo con un 3,2 bajo el rango de cinco puntos que se encuentra bastante reducido. Por todas estas razones, es muy importante que las empresas analicen el estado de su cultura organizacional como parte fundamental dentro de la consecución de los objetivos institucionales, motivo por el cual espera contribuir de una manera positiva para que se logre mejorar productividad. (Garzón, 2017).

2.2 Antecedentes referenciales

Garzon, (2017). El presente trabajo realizado por Karim Nataly Garzón Vega, en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte De Guayaquil, se enfoca en el estudio y análisis de los parámetros, conductas, actuares y procesos de la motivación laboral que constituyen la cultural de la cadena de ferreterías, es importante identificar el entorno laboral de la empresa, y a partir de las características, comportamientos y costumbres detectadas en ella, con el fin a buscar con este trabajo, es el de entregar herramientas

para el mejoramiento de la motivación y el sentido de pertenencia de los empleados.

Paralelo a esta realidad existe otra que es el comportamiento humano que genera resentimiento al ser excluido y por lo tanto no está motivado dentro de sus escalas de vida porque él necesita más que la simple remuneración por su hacer; requiere otra serie de reconocimientos para sentir una evolución al tener una participación laboral y así ser más productivo; lo que se verá reflejado directamente los intereses económicos de la empresa y podrá evaluarlos a través de indicadores de satisfacción del cliente, lo cual afecta fidelización de los mismos, ventas, expansión a nuevos mercados, ausentismo, lo que a su vez afecta desestabilización de procesos, tiempos de productividad, reproceso por falta de sentido de pertenencia.

Alvarado, (2018). La investigación desarrolla en la Universidad De Guayaquil, realizada por Alvarado Piloza Aida Johanna, teniendo como objetivo mejorar el desempeño laboral de los empleados de la empresa Transp Enangeal S.A, **Resumen:** Ya que es común que se esfuercen en buscar mejor talento humano para que formen un buen equipo de trabajo, sin embargo, asimismo sucede que con frecuencia después de un tiempo algunas personas se desaniman y su desempeño laboral disminuye.

El problema principal es el bajo rendimiento en los empleados por lo que es necesario diseñar un plan de mejoramiento laboral con la finalidad de optimizar el trabajo para ello se realizará un análisis de la causa que intervienen en la insatisfacción laboral además de evaluar diferentes estrategias que permita el mejoramiento del desempeño en el área de talento humano, ya que es importante que la empresa aplique de manera prioritaria un plan de gestión para el talento humano, para fortalecer las ventajas del talento humano. Llegando a la conclusión de conservar un ambiente laboral favorable para mantener a todos los trabajadores satisfechos y así poder exigirles de manera intrínseca a desempeñar una mejor labor, aplicar el estilo de liderazgo democrático para fomentar la

mayor participación de los trabajadores y a su vez afianzar las relaciones interpersonales entre jefes y subordinados (Piloza A. A., 2018).

Maldonado, (2018). Estudio desarrollado por Luis Marco Maldonado. Universidad de Guayaquil, cuyo enfoque como está afectaría la productividad la falta de motivación laboral en los trabajadores cumpliendo con el objetivo de verificar que tanto la motivación en los colaboradores de las imprentas, tuvo un impacto positivo en la productividad, por lo que se concluyó que no contaban con planes de motivación y por ende causa en cada colaborador no producir lo que realmente produciría en un tiempo dado. La importancia del estudio se centró en la investigación del grado de motivación que presentarían los trabajadores de las Imprentas, y como está afectaría la productividad tomando en cuenta los incentivos económicos y no económicos que las imprentas en un momento dado podrían ofrecer en las imprentas.

Funciones del marco teórico

Motivación según Piaget

Este psicólogo conocido por sus aportaciones al estudio de la infancia y del desarrollo cognitivo, define a la motivación como la voluntad de aprender, entendido como un interés del niño por absorber y aprender todo lo relacionado con su entorno (Portuondo, 2016).

Motivación según Chiavenato

Chiavenato (2017), define a la motivación como el resultado de la interacción entre el individuo y la situación que lo rodea. Dependiendo de la situación que viva el individuo en ese momento y de cómo la viva, habrá una interacción entre él y la situación que motivará o no al individuo.

Motivación según Maslow Abraham

Maslow (1954) planteó que todas las necesidades humanas no poseen la misma fuerza para ser satisfechas. Postuló que en cada persona se encuentra un ordenamiento particular de cinco necesidades fundamentales. Se trata de un sistema o pirámide de necesidades que van desde las necesidades primarias a las necesidades secundarias. La jerarquía de las necesidades de Maslow: señala que nunca se alcanza un estado de satisfacción completa. Tan pronto como se alcancen y satisfagan las necesidades de un nivel inferior, predominan las de niveles superiores. En la parte más baja de la estructura se ubican las necesidades más prioritarias y en la superior las de menos prioridad. Las necesidades según Maslow, de menor a mayor nivel en la jerarquía son:

- a) **Básicas o fisiológicas:** necesidades relacionadas con su supervivencia. Dentro de éstas encontramos, entre otras, a la homeóstasis (esfuerzo del organismo por mantener un estado normal y constante de riego sanguíneo), la alimentación, la sed, el mantenimiento de una temperatura corporal adecuada, también se encuentran necesidades de otro tipo como el sexo, la maternidad.
- b) **Seguridad:** Necesidades relacionadas con el temor de los individuos a perder el control de su vida y están íntimamente ligadas al miedo, el temor a lo desconocido, a la anarquía. Dentro de éstas encontramos la necesidad de estabilidad, la de orden y la de tener protección, entre otras.
- c) **Sociales o de pertenencia:** Necesidades relacionadas con la compañía del ser humano, con su aspecto afectivo y su participación social. Dentro de estas necesidades tenemos la de comunicarse con otras personas, la de establecer amistad con ellas, la de manifestar y recibir afecto, la de vivir en comunidad, la de pertenecer a un grupo y sentirse aceptado dentro de él, entre otras.
- c) **Estima o reconocimiento:** También conocidas como las necesidades del ego o de la autoestima. Este grupo radica en la necesidad de toda persona de sentirse apreciado, tener prestigio y

destacar dentro de su grupo social, de igual manera se incluyen la autovaloración y el respeto a sí mismo.

- d) **Autorrealización:** También conocidas como de superación o autorealización, que se convierten en el ideal para cada individuo. En este nivel el ser humano requiere trascender, dejar huella, realizar su propia obra, desarrollar su talento al máximo.

Las necesidades juegan un papel muy importante en las motivaciones, debido a que estas funcionan como un motor generador de la misma, Maslow cree que el hombre es un ser cuyas necesidades crecen y cambian a lo largo de su vida. A medida que el hombre satisface sus necesidades básicas o primarias, otras más elevadas como las secundarias ocupan el predominio de su comportamiento y se vuelven imprescindibles.



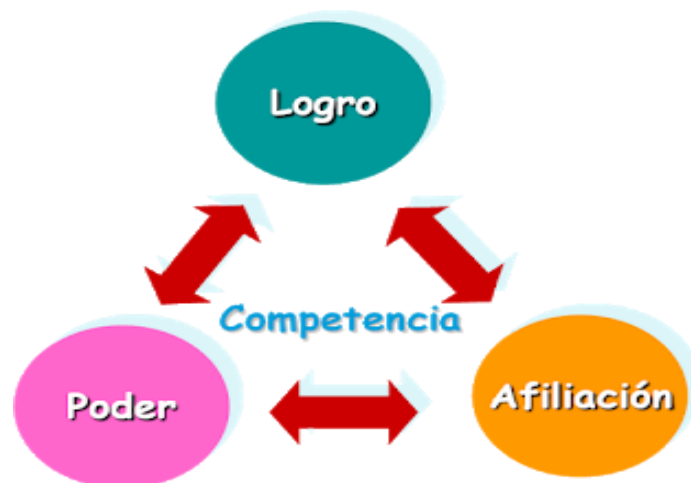
Motivación según Herzberg

Herzberg (2018), psicólogo orientado al trabajo y la gestión de empresas, define la motivación como el resultado influenciado por dos factores: factores de motivación y factores de higiene. Los factores de motivación (logros, reconocimiento, responsabilidad, incentivos) son los que ayudan principalmente a la satisfacción del trabajador, mientras que si los factores de higiene (sueldo, ambiente físico, relaciones personales, status,

ambiente de trabajo...) fallan o son inadecuados, causan insatisfacción en el trabajador.

Motivación según McClelland

Este psicólogo afirma que la motivación de un individuo se debe a la búsqueda de satisfacción de tres necesidades: la necesidad de logro: relacionada con aquellas tareas que suponen un desafío, la lucha por el éxito, la superación personal... la necesidad de poder: referida al deseo de influir en los demás, de controlarlos; de tener impacto en el resto de personas la necesidad de afiliación: se refiere al deseo de establecer relaciones, de formar parte de un grupo; todo aquello relacionado con relacionarse con los demás (Ramírez, 2016).



(McClelland, 2018)

Motivación según Freud

Para Sigmund Freud el ser humano cuenta con motivaciones inconscientes que condicionan y determinan sus actos y decisiones. A estas motivaciones inconscientes se les llaman pulsiones. Concretamente, Freud afirma que la pulsión que hace mover básicamente al hombre es la libido. Según sus palabras, la libido es una pulsión, una energía pulsional relacionada con todo aquello susceptible de ser comprendido bajo el nombre de amor, o sea, amor sexual, amor del individuo a sí mismo, amor materno y amor filial,

la amistad, amor a la humanidad en general, a objetos y a ideas abstractas (Huertas, 2017).

Es así, que la motivación laboral surge como una alternativa ante conflictos como: la falta de entendimiento entre las personas, la desmotivación, la baja productividad y el desinterés por el trabajo, por mencionar algunos; logrando así la mediación entre los intereses patronales y las necesidades o expectativas de los trabajadores donde el problema no es en si el trabajo que se desempeña, sino las relaciones humanas y las actitudes personales que influyen en el ámbito de trabajo.

La motivación como fuerza impulsadora es un elemento de importancia en cualquier ámbito de la actividad humana, pero es en el trabajo en el cual logra la mayor preponderancia; al ser la actividad laboral que desempeñamos la que ocupa la mayor parte de nuestras vidas, es necesario que estemos motivados de tal modo que no se convierta en una actividad alienada y opresora; el estar motivado hacia el trabajo, tiene varias consecuencias psicológicas positivas, tales como: La autorrealización, el sentirnos competente, útiles y mantener nuestras autoestima alta (Alfonso, 2018).

Motivación laboral

Según chung “la motivación es el comportamiento dirigido a un objetivo. Este comportamiento está caracterizado por el proceso de seleccionar y dirigir ciertas acciones entre actividades voluntarias para alcanzar objetivos.”

Según Gibson “La motivación es el estado de la perspectiva de un individuo que represente la fuerza de su propensión a hacer un esfuerzo hacia un comportamiento en particular”

Según K.N.Wexley “La motivación es el proceso para despertar la acción, sostener la actividad en progreso y regular el patrón de actividad.”

Según Paul Fraice “La motivación es un principio de fuerzas que induce a los organismos a alcanzar un objetivo.”

Motivación desde el punto de vista gerencial

“Es el arte de presentar los estímulo de la conducta de los individuos, mediante esfuerzos que los mueven a comportarse como lo hacen, para satisfacer sus necesidades individuales (Domínguez, 2017, pág. 33).

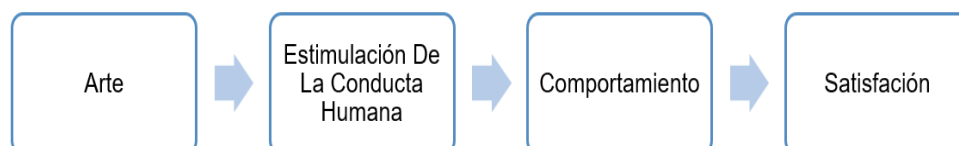
Según McFarland, (1972, pág. 24) la motivación es un concepto de la conducta, por el cual tratamos de entender por qué la gente se comporta como lo hace. “La motivación es el arte de presentar los estímulo en forma tal que animen el comportamiento requerido; descansa en la satisfacción de los diferentes motivos propios de la naturaleza humana, entre los cuales se incluyen las necesidades, los deseos, las metas y las aspiraciones”

Análisis conceptual y personal de la motivación

Hemos transcurrido algunos ejemplos que tratan de explicar y lograr un mejor entendimiento del proceso de motivación humana; infortunadamente, la comprensión de la motivación no es tan fácil; la motivación de los empleados en las empresas es uno de los aspectos más importantes, pero es a la vez uno de los menos entendidos.

A continuación, veremos unos esquemas que representan el análisis conceptual de la motivación, acompañados de unos conceptos personales.

Motivación desde el punto de vista general



“Es el arte de presentar los estímulos de la conducta de los individuos, mediante esfuerzos que los mueven a comportarse como lo hacen, para satisfacer sus necesidades individuales.”

Productividad

Van Der (2015) Explica que la productividad laboral es como el acto más valioso de la empresa en el capital humano, pero especialmente los colaboradores que utilizan su experiencia y conocimientos en el cambio, la innovación continua, la calidad del trabajo, mejores productos y servicios lo cual conlleva a un incremento de la productividad de la organización, pues en ellos está asegurado el futuro y el crecimiento de la empresa por lo tanto se debe considerar como un activo, no como un costo para tener en cuenta sus resultados y no un salario, pero para hacerlos más productivos, la gerencia y la organización deben cambiar de actitud.

En la productividad convergen los conocimientos técnicos, los intereses humanos, la tecnología, la gestión y el medio ambiente social y empresarial. Para la mayoría de las organizaciones, instituciones o empresas, el punto clave en las mismas es la productividad. El capital humano es clave para mantener este ítem en perspectiva ascendente. Por lo que existen muchas definiciones sobre productividad, se acepta que es la producción promedio de un obrero en un período de tiempo determinado. Estas mediciones pueden ser en montos de los bienes y servicios producidos en determinada institución.

- Despertar el sentido de pertenencia hacia la empresa
- Motivar al personal
- Considerar la importancia de cada cargo
- Permitir tomar decisiones
- Compensar salarialmente acorde con los resultados

- Aplicar la mega gerencia los principios para una buena productividad son:

Factor humano elemento clave en la productividad

Si una organización desea que el personal desempeñe un trabajo con altos niveles de calidad y se incremente considerablemente la productividad, es importante que aprendan a administrar los recursos que se tienen, para lograr esto se necesita que cada uno de los colaboradores tengan una inteligencia emocional apropiada, ya que de ella influye grandemente en la establecida de la empresa, entre las que se incluyen las de seguridad y salud laboral; se debe motivar al personal para enseñarles cómo se realizan las cosas de una forma óptima, de no ser así difícilmente se puede incrementar la productividad del personal, si no está satisfechas adecuadamente las necesidades intrínsecas individuales se debe recurrir a los colaboradores más cercanos para programar todo tipo de capacidades, y así el desarrollo será mucho más adecuado para las promociones y elementos de motivación en el aspecto económico.

Participación y productividad

Gómez (2018) explica que la participación tiene efectos positivos o negativos sobre la productividad, esto depende de una serie de factores que concurren en cada caso determinado, conviene pues enfocar la cuestión desde una perspectiva practica en lugar de estar en un estudio teórico, en principio la participación tiene un efecto positivo sobre la productividad, aunque en ocasiones sea limitado, prácticamente no condiciona por si sola la aparición de efectos negativos, la existencia de efectos positivos derivados de la participación depende, en principio, de dos factores fundamentales la actividad económica que realiza la empresa o sector industrial en que opera y la concepción y el modelo de relaciones laborales que están presentes en la organización.

Determinantes de las Brechas de Productividad Laboral

Las brechas de productividad, entre los diferentes tamaños de empresas, pueden ser causadas por diversos factores, los cuales restringen y limitan el potencial productivo de las empresas pequeñas en relación con las grandes. Taymaz (2019) identifica algunos factores principales que pueden explicar las brechas de productividad: nivel de tecnología y economías de escala; autoselección de trabajadores más productivos y educados por parte de las empresas grandes; y aprendizaje y ciclo de vida de las empresas.

Existe una relación entre la productividad-rendimiento del trabajador y el clima laboral. Parece estar claro que la motivación precisa que la persona tenga una disposición interna a querer o desear hacer algo. Las empresas deben buscar de qué manera se puede lograr que sus empleados deseen trabajar más y mejor. Hay dos factores que influyen en la conducta de los trabajadores y que a su vez están relacionados:

- Las características del trabajo se refieren tanto a las de la tarea en sí misma, como a las del contexto que la rodea.
- Las características del individuo, porque cada persona tiene unas razones diferentes para trabajar.

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Las actividades productivas económicas que se desarrollan en la República del Ecuador deben de alinearse a lo que establece la constitución o la carta magna, además se debe considerar lo que señala el plan nacional de desarrollo 2017 2021, el código del trabajo, código de comercio, reformas al IESS y demás leyes pertinentes.

En la Constitución Política de la República del Ecuador en el Art. 52 Señala "las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características".

En el Art. 325 determina: "Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores".

Según el Art. 326 numerales 5 y 6: "Establece el derecho de los ecuatorianos a desarrollar actividades laborales en un ambiente adecuado que garantice la salud, integridad, seguridad, higiene y bienestar, y que toda persona rehabilitada después de un accidente de trabajo enfermedad, será reintegrada al trabajo y mantener la relación laboral".

Ley Orgánica de Servicio Público

Establece en el Art. 76 que el "Subsistema de evaluación del desempeño. - es el conjunto de normas, técnicas, métodos, protocolos y procedimientos armonizados, justos, transparentes, imparciales y libres de arbitrariedades que sistemáticamente se orienta a evaluar bajo parámetros objetivos acordes con las funciones, responsabilidades y perfiles del puesto.

La evaluación se fundamentará en indicadores cuantitativos/ cualitativos de gestión, encaminados a impulsar la consecución de los fines y propósitos institucionales, el desarrollo de los servidores públicos y el mejoramiento continuo de la calidad del servicio público prestado por todas las entidades, institucionales, organismos o personas jurídicas señaladas"

Políticas

11.2 impulsar la actividad de pequeñas y medianas unidades económicas asociativas y fomentar la demanda de los bienes y servicios que generan.

11.3 impulsar las condiciones productivas necesarias para alcanzar la soberanía alimentaria.

11.7 promover condiciones adecuadas para el comercio interno e internacional, considerando especialmente sus interrelaciones con la producción y con las condiciones de vida.

11.10 promover cambios en los patrones de consumo a fin de reducir su componente importado y suntuario, generalizar hábitos saludables y prácticas solidarias, social y ambientalmente responsables.

Plan Nacional del Buen Vivir

El plan nacional del buen vivir es la forma de vida que permite la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental armonía, igualdad, equidad y solidaridad.

Objetivo 4. Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.

Se propone el establecimiento de una formación integral de alcanzar la sociedad socialista del conocimiento.

Ello nos permitirá dar el salto de una economía de recursos (materiales) a la economía del recurso infinito: el conocimiento.

Es preciso centrar los esfuerzos para garantizar a todos los derechos a la educación, bajo condiciones de calidad y equidad, teniendo como centro al ser humano y el territorio.

Fortaleceremos el rol del conocimiento, promoviendo la investigación científica y tecnológica responsable con la sociedad y con la naturaleza.

Objetivo 9: Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.

Política: 9.3. Profundizar el acceso a condiciones dignas para el trabajo la reducción progresiva de la informalidad y garantizar el cumplimiento de los derechos laborales.

Objetivo 10. La motivación para impulsar la transformación de la matriz productiva

Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen.

Se debe impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada.

Políticas y lineamientos estratégicos

10.1. Diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional
a. Impulsar y fortalecer las industrias estratégicas claves y sus encadenamientos productivos, con énfasis en aquellas que resultan de la reestructuración de la matriz energética, de la gestión soberana de los sectores estratégicos y de las que dinamizan otros sectores de la economía en sus procesos productivos.

Base legal

Para la creación de “M&M Decoraciones y Eventos” como empresa, realizó el trámite de inscripción en diferentes entidades gubernamentales para iniciar su actividad comercial. La empresa tuvo que acogerse a todos los requerimientos establecidos por la ley en la ciudad de Guayaquil. A continuación se detalla los requisitos que exige cada entidad para poder crear una empresa y a su vez se indicarán los permisos que serán necesarios para la apertura del nuevo local:

Superintendencia De Compañías

- Solicitud de aprobación de la constitución de la empresa,

- Minuta de la Superintendencia y 3 copias certificadas de la “Escritura de Constitución”, notariadas.
- Copia del nombramiento del representante legal de la organización.
- Copias notariadas del depósito bancario y apertura de la cuenta de integración de capital. (Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros, 2014)

Servicio De Rentas Internas

- Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC).(Servicio de Rentas Internas, 2018)

Municipio De Guayaquil

De acuerdo a lo que exige la ley Municipal de Guayaquil todo establecimiento debe cumplir con las obligaciones y permisos para funcionamiento de una empresa entre esos permisos están; patentes, predios urbanos, tasa de habilitación y permiso de bomberos para cualquier actividad de la empresa.

- Obtención de La patente municipal dentro de los 30 días subsiguientes al último día del mes en que se inician las actividades de la empresa y debe ser renovado cada año (a partir del 2 de enero).

Obtención de la patente por primera vez

- Presentación del Formulario de declaración de RUC (001).
- Presentación de la Planilla de Mejoras emitida por el departamento de Salud o control Sanitario.
- Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizadas.
- Copias de la carta de pago del impuesto predial.

Requisitos:

1. Certificado provisional o definitivo emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil por cada uno de los establecimientos que posea dentro del Cantón Guayaquil.
2. La última actualización del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.). Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica solicitante. Sólo en el caso de inicio de actividades, las personas jurídicas deberán presentar la Escritura de Constitución correspondiente, así como el nombramiento del representante legal (vigente) y la cédula de identidad y certificado de votación del mismo.
3. Las personas naturales deberán presentar copia de la cédula de identidad y certificado de votación del mismo.
4. Declaración del Impuesto a la Renta, y a las personas no obligadas a declarar este impuesto, las declaraciones del impuesto al Valor Agregado, del último ejercicio económico exigible. Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica.
5. Formulario "Solicitud para Registro de Patente Municipal" (No es necesario comprar la Tasa de Trámite Municipal para el pago de Patente, ya que este valor se recaudará con la liquidación de dicho impuesto).
6. Sólo en el caso de que la persona natural o jurídica ejerza el comercio en varios cantones, deberá presentar el desglose de ingresos por cantón firmado por un contador.
7. Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio, deberá presentar su copia de cédula y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio, debidamente notariada. (M. I. Municipalidad de Guayaquil)

El Ministerio de Salud Pública del Ecuador exige que se cumplan cierta cantidad de requisitos para las empresas que brindan servicios de

alimentación. De acuerdo a la constitución de la república del Ecuador establece según Proceso de Control y Vigilancia Sanitaria:

- Art. 361 El estado estará pendiente del cumplimiento de la normativa de salud, regulará y controlará el funcionamiento de las mismas.
- La Ley Orgánica de Salud Manda:
- Art. 137 Los alimentos estarán sujetos a registro sanitario
- Obtención del Registro Sanitario.

Requisitos

Solicitud dirigida al director general de salud, individual para cada producto sujeto a Registro Sanitario.

- Permiso de funcionamiento, actualizado y otorgado por la Autoridad de Salud.
- Certificación otorgada por la autoridad de la salud competente que el establecimiento cumple con los requerimientos técnicos necesarios.
- Información técnica relacionada con el proceso de elaboración y descripción del equipo a utilizarse.
- Forma cualitativa – cuantitativa incluyendo productos y aditivos en orden decreciente de las proporciones usadas (en % referido a 100g/100ml).
- Certificación del análisis de control de calidad del producto con firma del responsable.
- Interpretación del código de lote con firma del responsable, una cantidad determinada de un alimento producida en condiciones especialmente iguales.
- Pago de la tasa por el análisis de control de calidad, previo a la emisión del registro sanitario.
- Documentos que prueben la constitución, existencia y representación legal de la entidad solicitante. (Ministerio de Salud Pública del Ecuador)

Registro Mercantil

- Escritura de constitución de la empresa, original y diez copias.
- Nombramiento del representante legal, original y diez Copias.(Registro Mercantil de Guayaquil)

Cuerpo De Bomberos

- Presentar Solicitud del permiso del Municipio de la ciudad.
- Realizar requerimiento para inspección.
- Pagar tasa de inspección.
- Copia de Factura de compra de Extintores o de recarga de estos a nombre del propietario.
- Verificar fecha para inspección en las ventanillas del cuerpo de bomberos de Guayaquil.
- Inspección de las Instalaciones y de seguridad contra incendios por parte de un inspector designado por el cuerpo de bomberos. (M. I. Municipalidad de Guayaquil).

2.4 Conceptualización de variables

Variable independiente: Motivación laboral

La motivación laboral hace referencia a la capacidad que tiene una empresa de mantener implicados a sus empleados para ofrecer el máximo rendimiento y conseguir así, los objetivos empresariales marcados por la organización. Esta motivación en el trabajo es clave para aumentar la productividad empresarial y el trabajo del equipo en las diferentes actividades que realizan, además de que cada integrante se sienta realizado en su puesto de trabajo y se identifique con los valores de la empresa. Es la mejor forma para que los trabajadores se consideren parte importante de la empresa y den el máximo por ella (Nirian, 2019).

Variable dependiente: Productividad

Al hablar de productividad, nos referimos a la medida económica determinada por la comparación entre los bienes o servicios producidos, y la expectativa o la cuota mínima de producción indispensable. O dicho en términos más simples: es la relación que hay entre lo producido y lo que se necesita producir, tomando en cuenta los factores e insumos necesarios para poner en marcha el proceso (Raffino, 2020).

2.5 DEDICIONES CONCEPTUALES

Competencia: La información sobre la competencia que tiene mayor interés para la empresa es el número de competidores, su cuota de mercado, su tamaño, sus precios, los productos que ofrece, etc.

Control: Proceso de observación y medida, consistente en comparar los resultados que se han obtenido con los objetivos que se querían alcanzar. De esta manera se ven las diferencias, es decir, las desviaciones, y se estudia por qué han existido y cómo se pueden solucionar.

Cultura estratégica: un conjunto de normas, valores, actitudes y tipos de conocimientos relacionados con la comprensión de las actividades estratégicas, sobre todo, los objetivos estratégicos y maneras de alcanzarlos, compartidos por todos los miembros de una organización.

Cultura organizacional: un sistema de significado compartido entre sus miembros, que ofrece formas definidas de pensamiento, sentimiento y reacción que guían la toma de decisiones y otras actividades de los participantes en la organización. Es también la interacción de valores, actitudes y conductas compartidas por todos los miembros de una organización.

Profesional: es de aquella persona el cual ejerce una profesión (un empleo o trabajo que requiere de conocimientos formales y especializados).

Social: es un término que se refiere a los perteneciente o relativo a una compañía o sociedad, o a los socios o compañeros, aliados o confederados.

Oficio: es la ocupación humana que permite la subsistencia de una persona y que su preparación generalmente se obtiene por la práctica dirigida por una escolaridad técnica. A su vez se puede refiere a un trámite o diligencia administrativa o judicial que se inicia sin necesidad de actividad de la parte interesada.

Ocupación: se define como el conjunto de funciones, obligaciones y tareas que desempeña un individuo en su trabajo, oficio o puesto de trabajo, independientemente de la rama de actividad donde aquella se lleve a cabo y de las relaciones que establezca con los demás agentes productivos y sociales, determinados por la Posición en el Trabajo.

Éxito: se puede refiere como el cumplimiento de una meta/objetivo planificada.

Actitud: es la forma de actuar de una persona, el comportamiento que emplea un individuo para hacer las cosas. En este sentido, puede considerarse como cierta forma de motivación social -de carácter, por tanto, secundario, frente a la motivación biológica, de tipo primario- que impulsa y orienta la acción hacia determinados objetivos y metas.

Destreza: es la habilidad o arte con el cual se realiza una determinada cosa, trabajo o actividad. La destreza está vinculada con trabajos físicos o manuales.

Carrera: es un conjunto de proyectos que permiten aprender nuevas habilidades, ganar experiencia, adquirir conocimientos, y crecer junto a actuales y futuros socios (clientes, compañeros de curso, o compañeros trabajo son potenciales socios, no da lo mismo donde estudiamos ni para quien trabajamos).

Vocación: es la inclinación a cualquier estado, carrera o profesión; la misma apunta hacia los sueños, los anhelos del alma en relación con la vida, con nuestra vida como existencia válida y trascendente. Está radicada en nuestros valores.

Habilidad: es la aptitud innata, talento, destreza o capacidad que ostenta una persona para llevar a cabo y por supuesto con éxito, determinada actividad, trabajo u oficio.

Motivación intrínseca: se refiere a la motivación que se evidencia cuando el individuo realiza una actividad por el simple placer de realizarla sin que nadie de manera obvia le de algún incentivo externo.

Motivación extrínseca: es un tipo de motivación que aparece cuando lo que atrae al individuo mismo de uno no es la acción que se realiza en sí, sino lo que se recibe a cambio de la actividad realizada (por ejemplo, una situación social, dinero, comida o cualquier otra forma de recompensa).

Operaciones: Actividades cuyos procesos combinan, separan, reforman y transforman insumos o recursos en productos (bienes o servicios).

Producción: Acto de producir los productos, o la suma de todos los productos (bienes o servicios) producidos en una empresa.

Productividad. Es el conjunto de cualidades, atributos y propiedades de una persona, objeto u organismo que satisfacen necesidades del cliente a través del cumplimiento de los requisitos establecidos.

Proveedor. Desde la perspectiva interna, es cualquier persona o unidad organizacional que suministra entradas a un proceso ejecutado por un departamento, como materias primas, insumos, materiales, datos, información, personas. Con la óptica externa es cualquier empresa que suministre bienes y servicios a otra empresa.

Satisfacción del cliente. El resultado de entregar un bien o un servicio que cumple con las necesidades y expectativas del cliente, definidas o implícitas.

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1 Presentación de la empresa

Decoraciones M&M, es una empresa de organización de decoraciones eventos ubicada en el Recinto Cerecita, propone decoraciones a empresas y particulares en todo el territorio, ofrece tanto un servicio integral como a la carta, destaca por su creatividad y profesionalidad, nuestros orígenes y amplia experiencia en: la atención al cliente, la gestión y coordinación de equipos, la negociación con proveedores, la comunicación y gestión de imagen corporativa para marcas de lujo, gran interés por desarrollar mi creatividad, una atención continua al detalle, a la perfección y al toque final, experta en negociación para buscar las mejores oportunidades, dilatada experiencia en recepción en calidad de anfitriona y en la creación de decoración por temática nos focalizamos en la creación de momentos de emoción que requieren elegancia y creatividad.

Gráfico 1 Logo de la empresa



Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

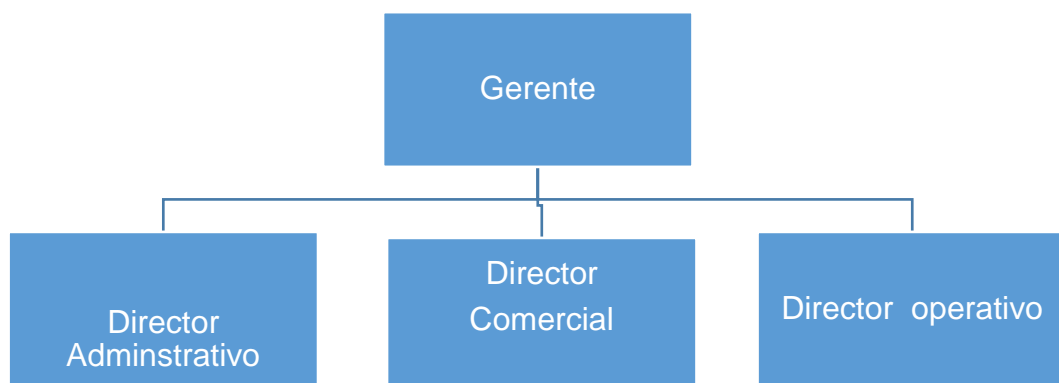
Misión

Desarrollar actividades estratégicas para fomentar las decoraciones en cada evento social marcar una identidad, de manera íntegra, eficiente, sustentable y segura, con responsabilidad social y ambiental, con el aporte del mejor talento humano para contribuir al desarrollo de la empresa Decoraciones M&M[®] del Recinto Cerecita.

Visión

Ser la Empresa referente de todos los eventos liderar de la industria de decoraciones a nivel nacional, por nuestra eficiencia, integridad y confiabilidad, a la vanguardia de la responsabilidad social; cumpliendo a cabalidad los gustos de cada cliente plasmándolo en sus diferentes compromisos.

Gráfico 2 Organigrama Gerente



Personal

Tabla 1 de Colaboradores de la empresa

Cargos	Personas
Gerente	1
Director Administrativo	1
Director comercial	1
Director Operativo	1
Personal operativo	10
Total, del personal	14

Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

Proveedores

- Fernández
- Mi comisariato
- Míster pollo
- Facundo
- Don Antonio

Tabla 2 Tipos de eventos que se ofertan

Sociales	Corporativos
Cumpleaños	Cocteles
Quinceañeras	Buffet
Bautizos	Cenas navideñas
Graduaciones	Almuerzos
Bodas	Aniversarios empresariales
Bautizos	Parriladas
Fiestas infantiles	Lunch

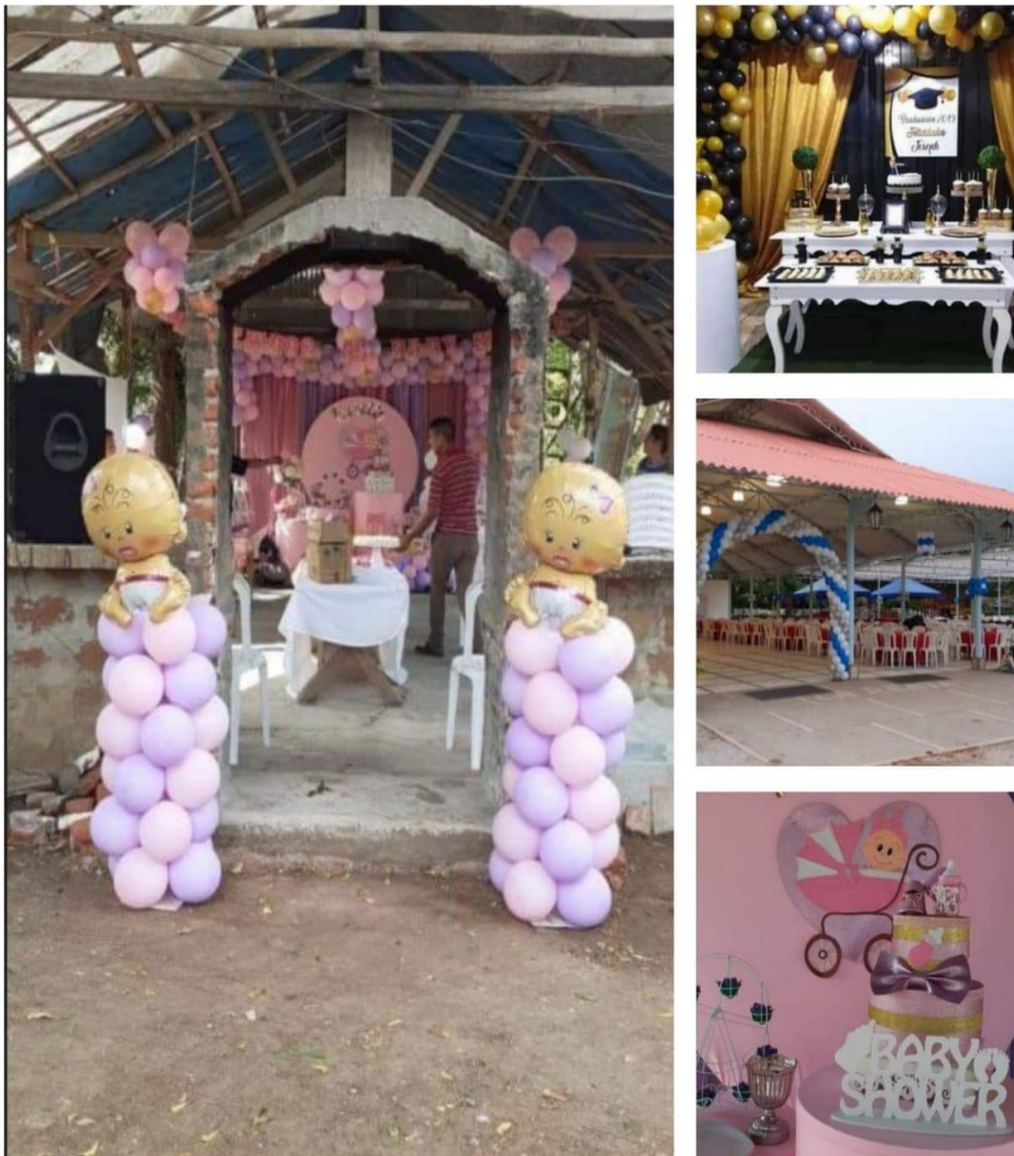
Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

Ofertas Gastronómicas

- Desayunos

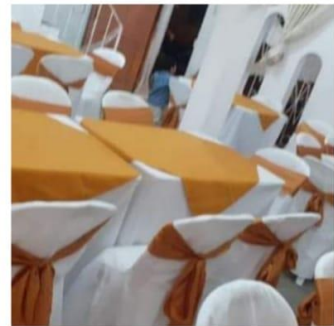
- Almuerzos
- Cenas
- Coffee Break
- Tortas personalizadas
- Postres bocaditos

Gráfico 3 Cartera de servicios



Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

Gráfico 4 Presentación de cartera de servicios



Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

Recursos Materiales

Los materiales que se utilizaran citaremos:

- Tarjetas de presentación
- Computadora
- Resma de Hojas
- Diapositivas
- Internet
- Esferos

Tabla 3 Recursos Económicos

MATERIALES	COSTOS
Internet	\$ 54.00
Hojas	\$ 9.00
Copias	\$ 25.00
Transporte	\$80.00
Imprevistos	\$ 120.00
Tarjeta de presentación	\$30.00
TOTAL	\$ 318.00

3.2 Diseño de la Investigación

Investigación cualitativa. Los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; y después, para perfeccionarlas y responderlas. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” en el que la secuencia no siempre es la misma, pues varía con cada estudio.

Los métodos cuantitativos de investigación son útiles cuando existe en el problema a estudiar un conjunto de datos representables mediante distintos modelos matemáticos.

Para este estudio de investigación utilizaremos los siguientes tipos de investigación:

Investigación Exploratoria: puesto que dicha investigación se relaciona con una situación relativamente poco estudiada, en este caso el problema identificado, donde existe un conocimiento limitado y resultaría de gran utilidad la investigación de un tema tan importante como las percepciones de cada funcionario

Investigación Descriptiva: por el hecho de que se pretende describir las características de los funcionarios públicos del área operativa desde la perspectiva de individuo como también en colectivo. El enfoque se hace sobre conclusiones o sobre cómo un funcionario o grupo se conduce.

Investigación Correlacional: pues proporciono a la investigación mayor información sobre la relación entre las variables planteadas en esta investigación es decir, mediante esta investigación, se puede definir clara y profundamente la situación problema, identificando las variables que afecten directa e indirectamente al desarrollo de la investigación y por supuesto ayudar a obtener mayor conocimiento de aquello que estoy estudiando a fin de obtener los mayores beneficios con esta investigación, que se podría decir que es una de las más importantes en la investigación que me encuentro realizando.

3.3 Población y muestra

Población

La población también llamada por muchas literaturas como universo, es el conjunto de elementos que van a ser tomados en cuenta para el estudio, que son conformado cada uno de los elementos, que existen en la población que comparten determinadas características en común. Una “población de estudio” se define como el grupo que se está considerando para un estudio o razonamiento estadístico. Muchos estudios de investigación requieren grupos específicos para sacar conclusiones y tomar decisiones basadas en sus resultados” (QuestionPro, 2020).

Población finita: es aquella cuya cantidad de elementos es posible de determinar y no son mayores a 100.000 Ejemplo: conjunto de librerías de la ciudad de Quito.

Población infinita: es aquella cuya cantidad de elementos es imposible de determinar y son mayores a 100.000. Ejemplo: conjunto de lápices fabricados en un proceso continuo.

En los estudios, resulta un poco complicado analizar a todos los elementos que conforman una población, aún más si resulta una población infinita, muy difícil de conocer por lo que es necesario tomar una muestra para poder hacer el estudio. Para esta investigación se tomó como población a las personas que viven en el Recinto Cerecita comprendiendo de 98 clientes que se encuestaron.

Tabla 4 de población

Cargos	Personas
Gerente	1
Administrador	1
Contadora	1
Operativo	10
Total del personal	13

Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

Muestra

La muestra es una parte de la población a la cual, por tener características similares a la población se les va a realizar el estudio, debido que, al ser más factible su accesibilidad se puede cuantificar con mayor facilidad. Todo estudio requiere de constar con una muestra que le permitan, a partir de establecer ciertas directrices poder conocer mejor a la población que está compuesta por 99 encuestados clientes potenciales que asistieron a la empresa los días jueves y viernes de la segunda semana del mes de abril del año objeto de estudio, siendo estudiada, para tomar las acciones pertinentes, ya que ellos fueron a las oficinas a solicitar información sobre los costos de los servicios que oferta Decoraciones M&M.

Muestreo probabilístico: El muestreo probabilístico es una técnica de muestreo en la que un investigador establece una selección de unos pocos criterios y elige al azar a los miembros de una población. Todos los miembros tienen la misma oportunidad de formar parte de la muestra con este parámetro de selección.

El muestreo no probabilístico, es una técnica de muestreo en la cual el investigador selecciona muestras basadas en un juicio subjetivo en lugar de hacer la selección al azar. A diferencia en el muestreo probabilístico, donde cada miembro de la población tiene una posibilidad conocida de ser seleccionado, en el muestreo no probabilístico, no todos los miembros de la población tienen la oportunidad de participar en el estudio

El muestreo no probabilístico es más útil para estudios exploratorios como la encuesta piloto (una encuesta que se implementa en una muestra más pequeña, en comparación con el tamaño de muestra predeterminado). El muestreo no probabilístico se utiliza donde no es posible extraer un muestreo de probabilidad aleatorio debido a consideraciones de tiempo o costo.

Muestreo por conveniencia

El muestreo por conveniencia es una técnica de muestreo no probabilística donde las muestras de la población se seleccionan solo porque están convenientemente disponibles para el investigador. Estas muestras se seleccionan solo porque son fáciles de reclutar y porque el investigador no consideró seleccionar una muestra que represente a toda la población.

Idealmente, en la investigación, es bueno analizar muestras que representen a la población. Pero, en algunas investigaciones, la población es demasiado grande para evaluar y considerar a toda la población.

Para esta investigación se aplicara el método de muestreo no probabilístico intencional, que permite al investigador seleccionar las muestras porque están convenientemente disponibles para el investigador.

Tabla 5 de muestra

Cargos	Personas
Gerente (entrevista)	1
Clientes (encuesta)	99
Total del personal	100

Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

3.4 Técnicas de investigación

Técnica. Es el conjunto de instrumentos y medios a través de los cual se efectúa el método y solo se aplica a una ciencia. La diferencia entre método y técnica es que el método es el conjunto de pasos y etapas que debe cumplir una investigación y este se aplica a varias ciencias mientras que la técnica es el conjunto de instrumentos en el cual se efectúa el método. Las técnicas de investigación son los diferentes instrumentos de los que puede hacer uso el investigador con el objetivo de obtener datos, que una vez analizados permitan dar respuesta a las preguntas de la investigación, bajo un enfoque cualitativo, cuantitativo o una combinación de ambos, en las diversas etapas del proceso investigativo.

La técnica documental permite la recopilación de información para enunciar las teorías que sustentan el estudio de los fenómenos y procesos. Incluye el uso de instrumentos definidos según la fuente documental a que hacen referencia.

La técnica de campo permite la observación en contacto directo con el objeto de estudio, y el acopio de testimonios que permitan confrontar la teoría con la práctica en la búsqueda de la verdad objetiva.

La entrevista

La entrevista es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que además de adquirirse información acerca de lo que se investiga, tiene importancia desde el punto de vista educativo; los resultados a lograr en la misión dependen en gran medida del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes en la misma.

Si la entrevista persigue el objetivo de adquirir información acerca de las variables de estudio, el entrevistador debe tener clara las variables y relaciones que se quieren demostrar; de forma tal que se pueda elaborar un cuestionario adecuado con preguntas que tengan un determinado fin y que son imprescindibles para esclarecer la tarea de investigación, así como las preguntas de apoyo que ayudan a desenvolver la entrevista.

Al preparar la entrevista y definir las propiedades o características a valorar (variables dependientes o independientes); es necesario establecer calificaciones, gradaciones cualitativas o cuantitativas de dichas propiedades que permitan medir con exactitud la dependencia entre las magnitudes estudiadas, así como calcular la correlación existente entre ellas aplicando métodos propios de la estadística matemática.

La encuesta

La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado. En la encuesta a diferencia de la entrevista, el encuestado lee previamente el cuestionario y lo responde por escrito, sin la intervención directa de persona alguna de los que colaboran en la investigación.

La encuesta, una vez confeccionado el cuestionario, no requiere de personal calificado a la hora de hacerla llegar al encuestado. A diferencia de la entrevista la encuesta cuenta con una estructura lógica, rígida, que permanece inalterada a lo largo de todo el proceso investigativo. Las respuestas se escogen de modo especial y se determinan del mismo modo las posibles variantes de respuestas estándares, lo que facilita la evaluación de los resultados por métodos estadísticos.

El cuestionario

El cuestionario es un instrumento básico de la observación en la encuesta y en la entrevista. En el cuestionario se formula una serie de preguntas que permiten medir una o más variables. Posibilita observar los hechos a través de la valoración que hace de los mismos el encuestado o entrevistado, limitándose la investigación a las valoraciones subjetivas de éste, no obstante a que el cuestionario se limita a la observación simple, del entrevistador o el encuestado, éste puede ser masivamente aplicado a comunidades nacionales e incluso internacionales, pudiéndose obtener información sobre una gama amplia de aspectos o problemas definidos.

La estructura y el carácter del cuestionario lo definen el contenido y la forma de las preguntas que se les formula a los interrogados. La pregunta en el cuestionario por su contenido puede dividirse en dos grandes grupos: pregunta directa o indirecta. La pregunta directa: coincide el contenido de la pregunta con el objeto de interés del investigador. La formulación de la pregunta indirecta constituye uno de los problemas más difíciles de la construcción de las encuestas.

Las técnicas que se emplearán para la investigación del problema objeto de estudio, serán la entrevista para el gerente y para 5 colaboradores de la empresa, también se empleara la técnica de la encuesta la cual se la aplicara a 99 clientes potenciales que asistieron el día miércoles de la segunda semana del mes de abril del año 2020, a solicitar sobre los servicios que oferta la empresa.

Diseño de la encuesta



PREGUNTAS PARA CLIENTES POTENCIALES DEL RECINTO CERECITA

N° 1/99

ENCUESTA

Objetivo: Determinar el nivel de aceptación que tiene la empresa M&M Decoraciones y Eventos del recinto Cerecita

1. ¿Contrataría usted una empresa que le brinde el servicio de decoraciones y eventos para su evento social?

Si_____ No_____

2. ¿Usted ha contratado anteriormente una empresa que brinde el servicio de banquetes y eventos sociales?

Si_____ No_____

3. ¿Cómo califica el servicio proporcionado?

Excelente_____ Bueno_____ Regular_____ Malo_____

4. ¿Qué es más importante para usted al momento de prestarle el servicio

1.- Que tenga experiencia dentro del mercado _____

2.- Que ofrezca nuevas opciones _____

3.- Que tenga buenos precios _____

4.- Que esté cerca de donde va a realizar su evento _____

5.- Que tenga variedad en los productos que ofrece _____

5. ¿En qué ocasión contrataría este tipo de servicio?

Sólo para un evento social muy importante (boda, bautizo, 15 años)

Para que otro tipo de evento social contrataría este servicio _____

6. ¿Qué tipo de expectativa debería cubrir la empresa de decoraciones y eventos.?

Servicio de bufet decoración y sonido Completo

Servicio de decoración sonido Parcial

Servicio de decoración

Decoración

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar, por persona, por un buffet, cena o banquete para un evento social?

Entre \$5 – \$8

Entre \$9 – \$12

Entre \$13 – \$16

Entre \$17 - \$20

8. ¿Cómo califica la publicidad que ofrece de Decoraciones M&M” por los diferentes medios de difusión?

Visible

Invisible

Agresiva

Boca a boca

9. Califique el conocimiento que tienen los empleados sobre la gestión de ventas de los productos que se ofrecen.

Muy buena

Buena

Mala

10. ¿Cómo evalúan las promociones que realiza Decoraciones M&M”?

Atractivas

Poco atractivas

Nada atractivas

11. ¿Sí usted fuera el gerente, que nombre de las siguientes opciones escogería para el nombre de la empresa?

“M&M Banquetes & Eventos Sociales”

“El clavel y la rosa Banquetes & Eventos Sociales”

“Cerecita Banquetes & Eventos Sociales”

12. ¿Cuál es para usted el sector más adecuado para que se encuentren ubicadas las oficinas de esta empresa que brinda el servicio de M&M decoraciones y eventos sociales?

Centro de Cerecita _____ Norte de Cerecita _____ Sur de Cerecita_____

Diseño de la entrevista

1. ¿Conoce usted empresas que brindan servicios similares a que usted oferta?

En el recinto no existen empresas dedicadas a la organización de eventos sociales, como bautizos, cumpleaños, quinceañeras, bodas, tampoco requerimientos de empresas como aniversarios o eventos de naturaleza corporativa.

2. ¿Considera usted que los servicios que actualmente oferta satisfacen las necesidades de la comunidad?

Lamentablemente creo que no, por estamos limitados en varios recursos que limitan la gestión directiva

3. ¿Como califica usted el servicio que tiene actualmente empresa a la cual presta usted sus servicios?

La verdad estoy seguro que no son buenos ya que el medio de transporte que teníamos no está operativo y esto nos hace retrasar en el cumplimiento de nuestros compromisos pactados de servicios ofertados

4. ¿Cree usted que la empresa cuenta con los recursos necesarios para brindar un servicio de calidad?

Si tenemos los recursos básicos para un efectivo desempeño pero en ciertos momentos las exigencias de los clientes no limitan

5. ¿Considera usted que la capacitación que recibe el personal es la necesaria para obtener una buena productividad?

Seria mentirle si le digo que si, pero en estos últimos tempos ha sido imposible dada la limitación de eventos y recursos económicos

6. ¿Cuáles serían los recursos con los cuales usted como gerente lograría usted efectividad en su gestión?

Lo necesario en estos tiempos es contar con los medios necesarios de transporte, capacitación continua innovación tecnológica.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Una vez aplicado los instrumentos de recolección de la información, encuesta y entrevista, se procedió a realizar el tratamiento correspondiente para el análisis de los mismos, por cuanto la información que arrojará será la indique las correcciones y conclusiones a las cuales llega la investigación, por cuanto mostrará la percepción que poseen los clientes del recinto Cerecita, de acuerdo a las concepciones que poseen sobre los servicios que oferta la empresa

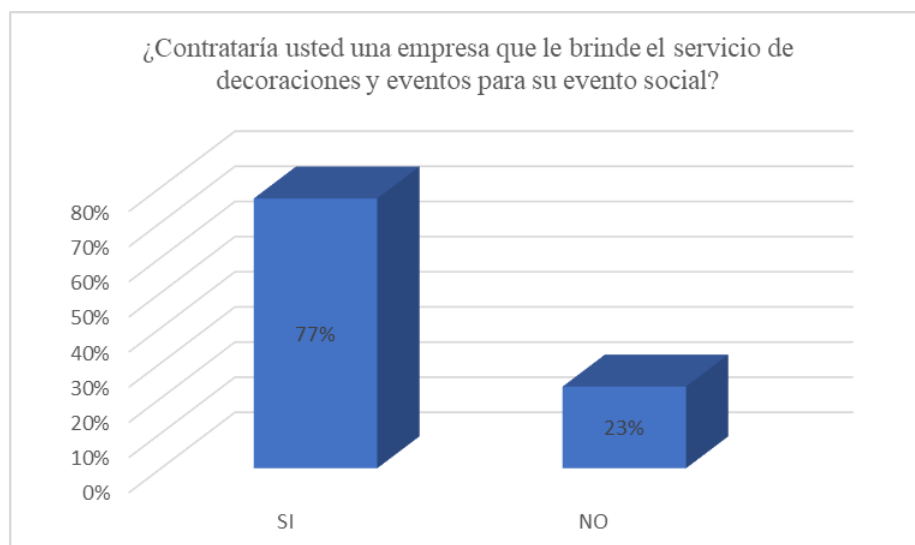
1. ¿Contrataría usted una empresa que le brinde el servicio de decoraciones y eventos para su evento social

Tabla N 6. Clientes que contarían servicios

SI	76	77%
NO	23	23%
Total	99	100%

Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

Gráfico 5. Personas que contrataran los servicios



Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

Respecto a la primera pregunta el 77% de los encuestados indican que si contratarían los servicios de la empresa M&M Decoraciones y Eeventos y un 23% indican que no contratarían. Estos resultados son positivos para la empresa ya que señalan que hay una amplia aceptación de los servicios por lo tanto estos deberán ser diversificados constantemente, además se harán los esfuerzos necesarios para lograr captar ese porcentaje indeciso

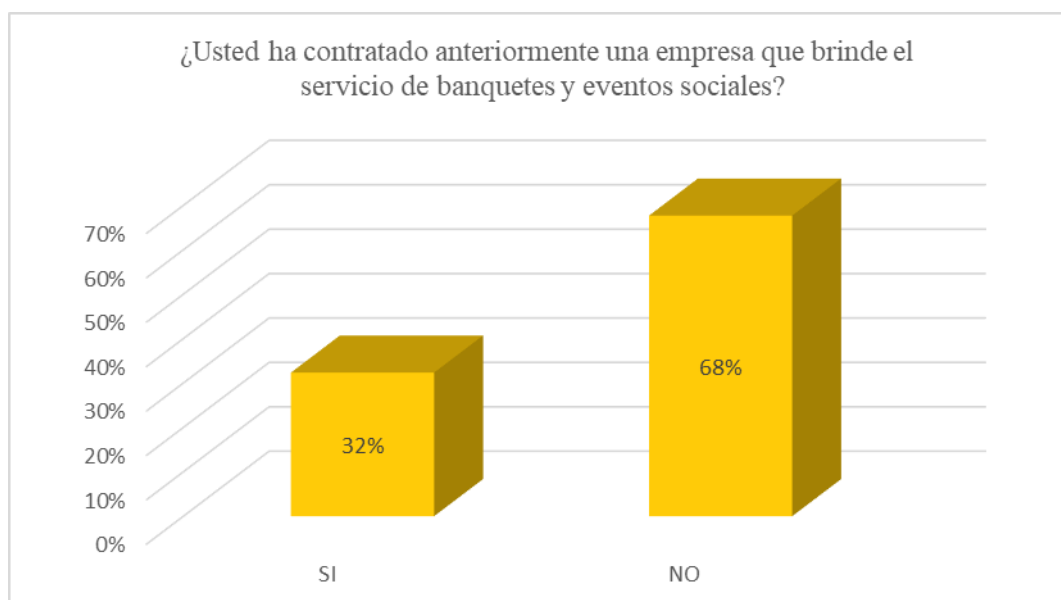
2. ¿Usted ha contratado anteriormente una empresa que brinde el servicio de banquetes y eventos sociales?

Tabla 7. Clientes que contrataron con anterioridad

SI	32	32%
NO	67	68%
Total	99	100%

Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

Gráfico 6. Clientes que contrataron con anterioridad



Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

Respecto a la segunda pregunta el 68% de los encuestados indican que si han contratado una empresa que le brinde los servicios de organizar sus eventos y un 32% señalan que nunca han contratado, nuevamente estos

resultados señalan que los habitantes del recinto están contratando constantemente estos servicios, la empresa M&M piensa que es una gran oportunidad para generar fuentes de empleo

3. ¿Cómo califica el servicio proporcionado?

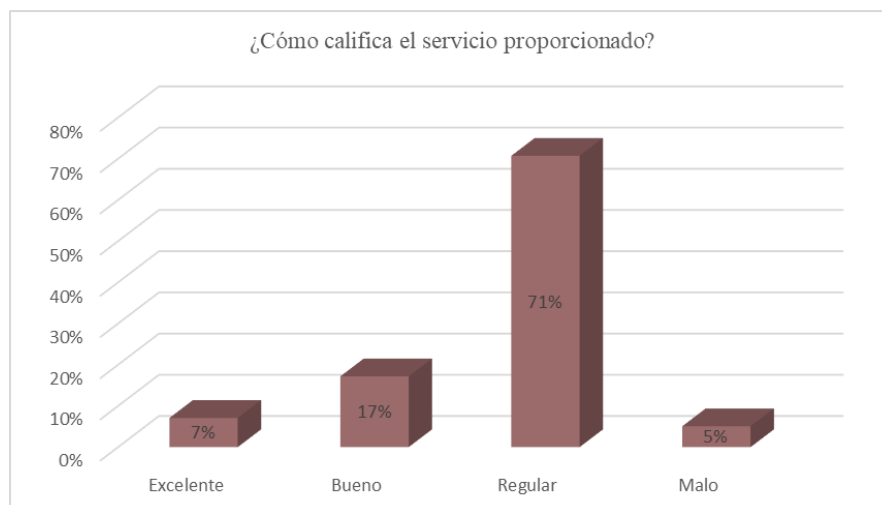
Tabla 8. Calificación del servicio

Excelente	7	7%
Bueno	17	17%
Regular	70	71%
Malo	5	5%
Total	99	100%

Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

Respecto a la calificación del servicio proporcionado el 71% señala que el servicio es regular, hay un 17% que indica que el servicio es bueno, un 5% señala que el es malo, estas repuesta indican a la administración que hay un 27% al cual se le debe prestar una amplia atención para convertirlos en clientes fieles.

Gráfico 7. calificación del servicio



Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

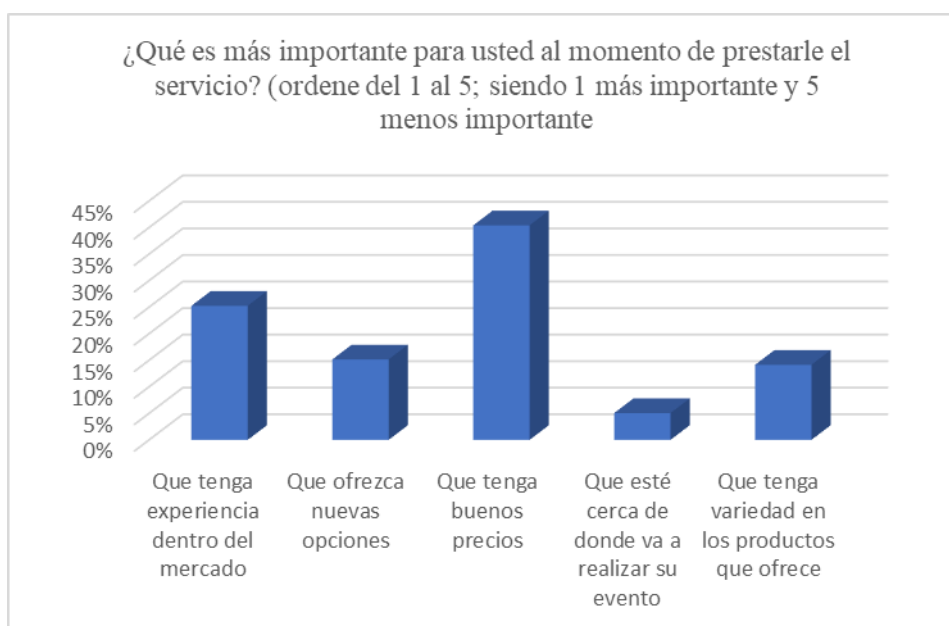
4. ¿Qué es más importante para usted al momento de prestarle el servicio?

Tabla 9. Importancia del servicio

Que tenga experiencia dentro del mercado	25	25%
Que ofrezca nuevas opciones	15	15%
Que tenga buenos precios	40	40%
Que esté cerca de donde va a realizar su evento	5	5%
Que tenga variedad en los productos que ofrece	14	14%
Total	99	100%

Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

Gráfico 8. Preferencia del servicio



Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

En la pregunta respecto a la preferencia del servicio el 40% estiman que el precio es de su preferencia, un 25% señala que para ellos piensan que la experiencia es fundamental para su contratación, el 14% señala que es muy valiosos que tengan variedad en los productos que ofertan, de un 10%

estiman que es bueno la oferta de nuevas opciones, para un 5% es importante la cercana de la empresa de su domicilio. La empresa debe de escoger estas estrategias, para atender a los clientes y satisfacer todos sus requerimientos.

5. ¿En qué ocasión contrataría este tipo de servicio?

Tabla 10. En que ocasión contrataría estos servicios

Sólo para un evento social muy importante	79	80%
Para otro tipo de evento social contrataría este servicio	20	20%
Total	99	100%

Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

Gráfico 9 Tipo de Servicio



Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

En la pregunta en que ocasión contrataría los servicios, el 80% contratarían para eventos sociales importantes y el 20% para eventos de menor importancia. Con estos resultados la empresa tendrá que comprometerse en trabajar con mejor compromiso para desarrollar eventos de gran envergadura.

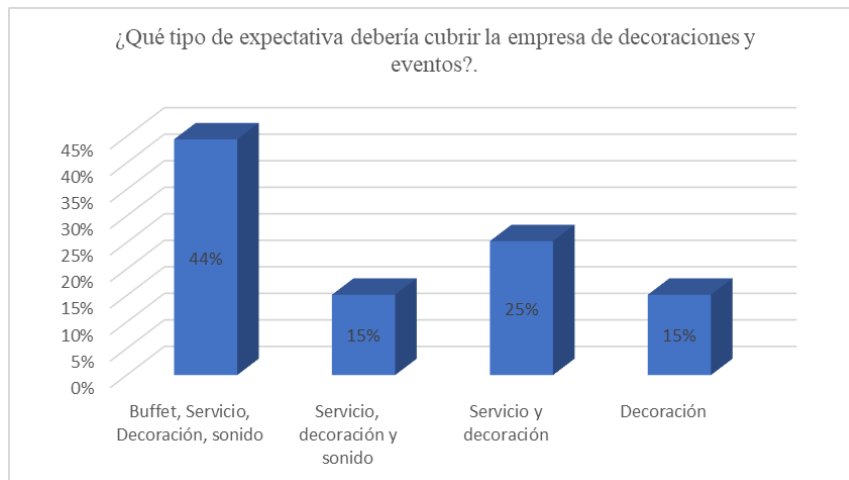
6. ¿Qué tipo de expectativa debería cubrir la empresa de decoraciones y eventos?

Tabla 11. Expectativas a cumplir

Buffet, Servicio, Decoración, sonido	44	44%
Servicio, decoración y sonido	15	15%
Servicio y decoración	25	25%
Decoración	15	15%
Total	99	100%

Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

Gráfico 10. Expectativas que se deberían cubrir



Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

En la tabla 6 y grafico 6 las respuestas de los encuestados indican que el 44% de los encuestados requieren de servicios completos, un 25% solo prefiere servicios de decoración y entre servicios de decoración y sonido esta el 15% para cada uno, estos resultados señalan que el mayor % demanda los servicios completos

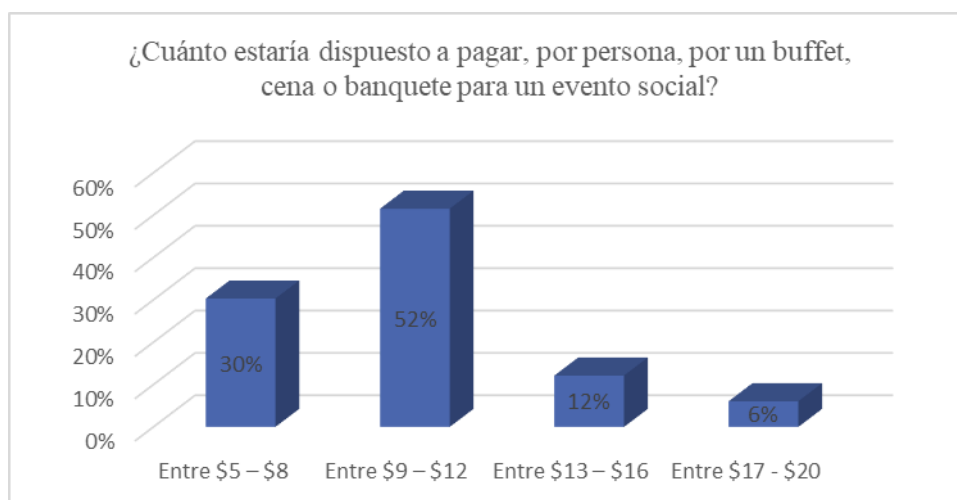
7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar, por persona, por un buffet, cena o banquete para un evento social?

Tabla 12. Precios de servicios

Entre \$5 – \$8	30	30%
Entre \$9 – \$12	51	52%
Entre \$13 – \$16	12	12%
Entre \$17 - \$20	6	6%
Total	99	100%

Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

Gráfico 11. Disposición para el pago



Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

El 52% de los encuestado está dispuesto a pagar un precio entre \$9 - \$12 por un servicio completo, además el 30% maneja precios entre \$5 – \$8, un 12% esta dispuesto a pagar precios entre \$13 - \$16 y un 6% señala

cancelaría precios entre \$17 – \$ 20, estos resultados, estos resultados indican que s habitantes del recinto si tienen capacidad de compra

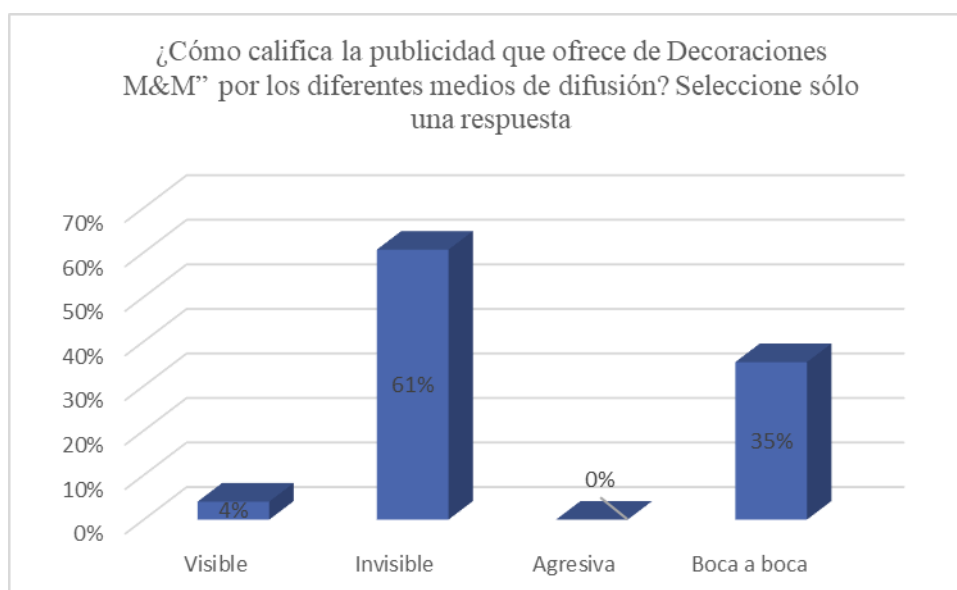
8. ¿Cómo califica la publicidad que ofrece de Decoraciones M&M” por los diferentes medios de difusión? Seleccione sólo una respuesta

Tabla 13. Calificación de la publicidad

Visible	4	4%
Invisible	60	61%
Agresiva	0	0%
Boca a boca	35	35%
Total	99	100%

Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

Gráfico 12. Publicidad que aplica M&M



Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

Respecto a la pregunta de la tabla y grafico 8 que se refiere a la calificación de la publicidad que aplica la empresa M&M el 61% señala qué esta es invisible, el 35% señala que mas se da el boca a boca, solo un 4% responde que es visible, por lo tanto se debe de rediseñar la publicidad para obtener una mejor difusión

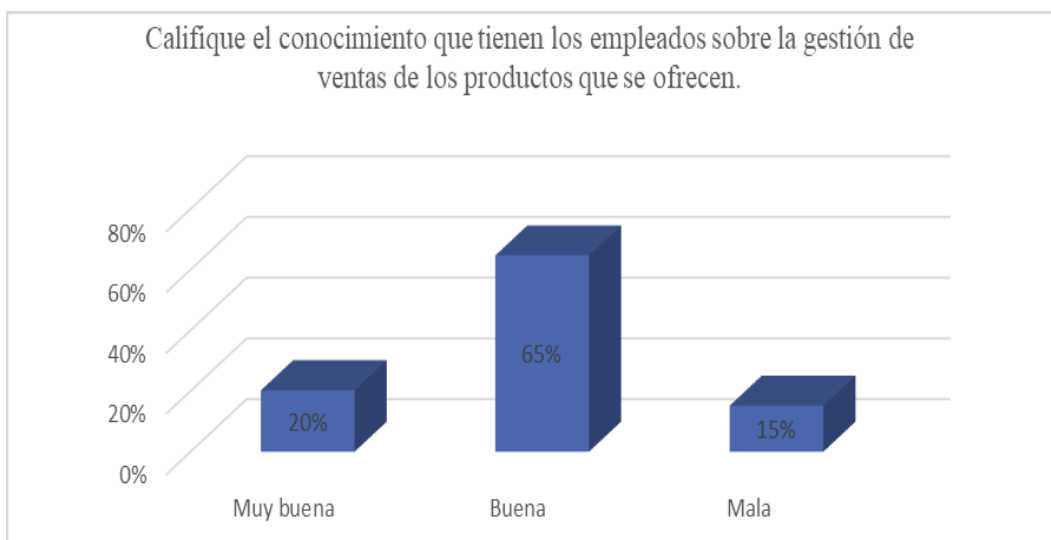
9. Califique el conocimiento que tienen los empleados sobre la gestión de ventas de los productos que se ofrecen.

Tabla 14. Conocimiento sobre ventas

Muy buena	20	20%
Buena	64	65%
Mala	15	15%
Total	99	100%

Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

Gráfico 13. Calificación de empleados sobre la gestión de ventas



Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

En la tabla y gráfico 9 los encuestados responden a la pregunta sobre el conocimiento que tienen los vendedores respecto a ventas, el 65% señalan que es buena, solo el 20% indica que es mala y el 15% responde que es mala, estos resultados quieren decir que el grupo de colaboradores necesitan ser capacitados constantemente.

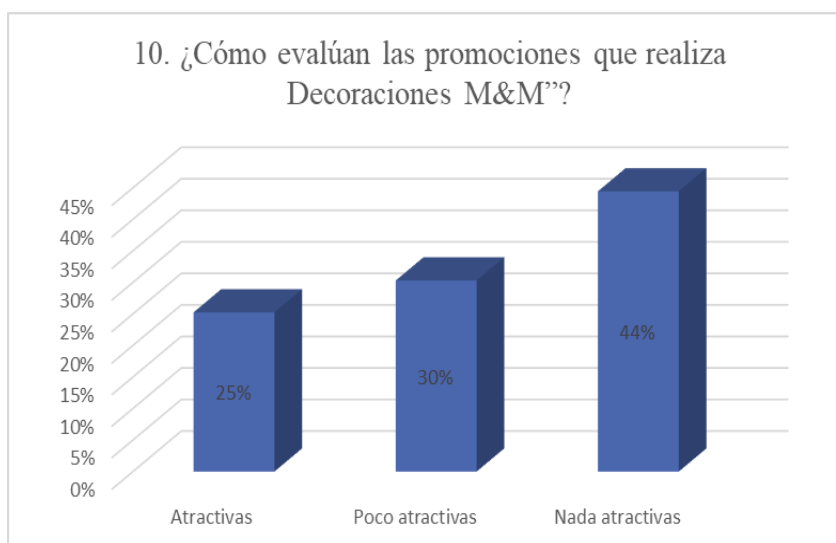
10. ¿Cómo evalúan las promociones que realiza Decoraciones M&M”?

Tabla 15. Evaluación de promociones

Atractivas	25	25%
Poco atractivas	30	30%
Nada atractivas	44	44%
Total	99	100%

Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

Grafico 14. Como evalúan las promociones



Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

En la tabla y grafico 10 los encuestados responden a la pregunta como evalúan las promociones que realiza la empresa M&M, el 44% de los encuestados responden que son nada atractivas, el 30% señalan que son poco atractivas y solo el 25% indican que son atractivas, esta información para la empresa es importante para la empresa por que deberá rediseñar las promociones porque según los resultados no tienen impacto algo.

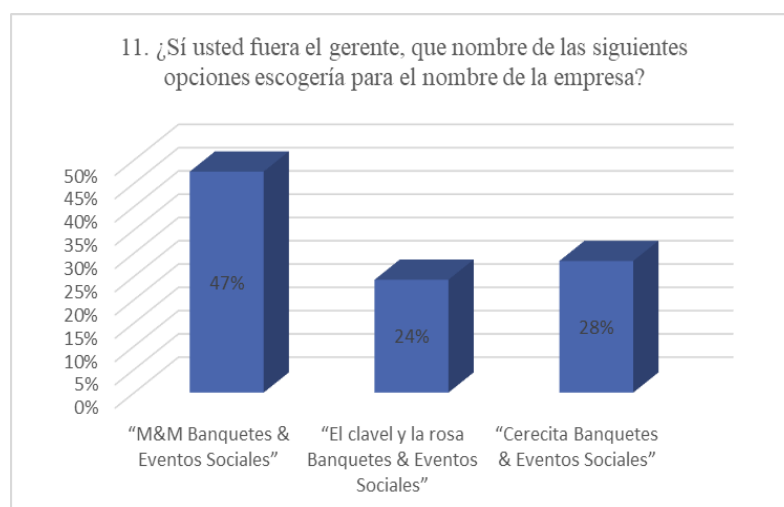
11. ¿Sí usted fuera el gerente, que nombre de las siguientes opciones escogería para el nombre de la empresa?

Tabla 16. Nombre de la empresa

“M&M Banquetes & Eventos Sociales”	47	47%
“El clavel y la rosa Banquetes & Eventos Sociales”	24	24%
“Cerecita Banquetes & Eventos Sociales”	28	28%
Total	99	100%

Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

Gráfico 15. Mejoramiento de la razón social



Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

En la pregunta reseco al posible cambio de la razón social los encuestados responden, el 47% opina que debería ser M&M Banquetes y Eventos Sociales, El clavel y la Rosa Banquetes & Eventos sociales el 24% y el 28% estima que debería ser Cerecita Banquetes y Eventos sociales.

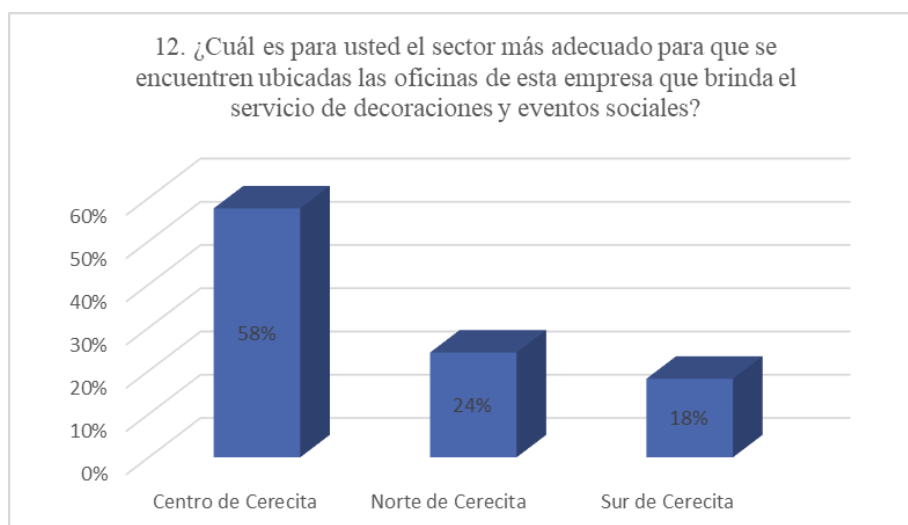
12. ¿Cuál es para usted el sector más adecuado para que se encuentren ubicadas las oficinas de esta empresa que brinda el servicio de decoraciones y eventos sociales?

Tabla 17. Ubicación de la empresa

Centro de Cerecita	57	58%
Norte de Cerecita	24	24%
Sur de Cerecita	18	18%
Total	99	100%

Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

Gráfico 16. Cuál será el sector más adecuado



Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

Respecto a la ubicación de las oficinas en la tabla y gráfico 12 los encuestados sintetizan, el 58% estiman que deberían ubicarse en el centro de Cerecita, el 24% estima que deberían ubicarse al norte de Cerecita y el 18% señala que deberían estar en el sur de Cerecita, la mayoría de clientes desean que la ubicación de las oficinas esté en el centro del recinto.

MODELO 5W + 2H

Fecha de elaboración 20/05/2021

Responsable: Flores Pedro Pablo

Objetivo: Plan de acción

¿Qué?	¿Cómo?	¿Quién?	¿Cuándo?	¿Dónde?	¿Por qué?	¿Cuánto?
Capacitar de manera continua a los colaboradores de la empresa	Solicitando a los proveedores de los diferentes insumos explique las características de sus productos	Gestión del departamento Administrativo	Primer trimestre del año 2022	En las instalaciones de la empresa	Por que los colaboradores necesitan conocer sobre los diversos manejos de los insumos y productos e se aplican en los diferentes eventos	\$1.000
Gestionar el financiamiento de una entidad financiera publica	Indagando las diferentes oportunidades que brindan las instituciones crediticias de la provincia	Gerente de la empresa	Octubre del año 2021	Cantón Guayaquil	Por qué se deben adquirir algunos recursos necesarios Se necesitan medios de transporte para la prestación de servicios	\$100
Adquirir 2 busetas con capacidad para 22 pasajeros	Cotizando a diferentes proveedores	Director comercial	Octubre del año 2021	Guayaquil	Los clientes necesitan servicios completos y están dispuestos a pagar por los paquetes que solicitan	\$40.000
Diversificar la oferta de servicios	Mediante la creación de innovadora					

	gastronomía que solicitan los clientes	Gerente operativo	Octubre del 2021	Instalaciones de la empresa	Los mensajes publicitarios no laman la atención a los clientes potenciales	\$2000
Rediseñar la publicidad que se aplica en la actualidad	Contratando un profesional de renombre	Director de la empresa	Octubre 2021	Instalaciones de la empresa		\$3000
Total						\$46.100

CONCLUSIONES

En el presente trabajo de investigación se fundamentó sobre las variables objeto de estudio, se determinó las acciones para mejorar la motivación laboral que permitan satisfacer al cliente y el incrementar la productividad de la empresa.

Se diagnostico respecto a las estrategias promocionales y publicitarias que aplica a empresa, ya que ambas no causan impacto alguno en los clientes potenciales

Es importante capacitar al personal de colaboradores de la empresa “decoraciones M&M” para lograr una mejor atención de los clientes alcanzar mayor rapidez y eficiencia y el desarrollo en la productividad.

Se debe aumentar las acciones para mejorar la motivación laboral de los colaboradores de la empresa, mediante una mayor comunicación.

Es importante mejorar la a motivación laboral de los colaboradores y del equipamiento de los colaboradores de la empresa “decoraciones M&M”.

Las acciones para mejorar la motivación laboral son útiles para la empresa porque mejora la productividad, permiten fidelizarlos y atraerlos a los usuarios del Recinto Cerecita

RECOMENDACIONES

Se recomienda a la empresa “decoraciones M&M” que mantenga las acciones para mejorar la motivación laboral de los colaboradores, que actualice frecuentemente las acciones, debido a que el mercado actual es más competitivo y siempre se crean nuevas maneras para mejorar la motivación laboral.

En la actualidad las acciones para mejorar la motivación laboral permiten brindar alternativas por las cuales los colaboradores se están inclinando, por lo que la productividad “decoraciones M&M” tiene que enfocarse, además de las estrategias las acciones en el presente plan.

No deben descuidarse de la capacitación de los colaboradores de la empresa como elementos imprescindibles para mejorar la productividad a través de la buena comunicación, para recomendar las acciones que posee “decoraciones M&M”, así mismo la atención y la solución de los problemas del cliente son importantes para que estos se sientan bien atendidos.

Bibliografía

- Aktouf & Suárez,. (2012). Motivación. *Motivación: las teorías y su relación en el ámbito empresarial*, (pág. 23).
- Alfonso. (2018). Consideraciones conceptuales sobre motivación. . *Medisur*, 6(1), 57-62.
- Alvarado, P. A. (2018). *Mejorar el desempeño laboral de los empleados de la empresa TranspEnangeal S.A.* Guayaquil: Unversidad .
- Dessler, G. (2009). *Administracion de recursos humanos*. Mexico: Pablo Miguel Guerrero Rosa.
- Domínguez, G. (2017). Habilidades gerenciales y motivación laboral en los trabajadores de la municipalidad de La Perla-Callao, 2017.
- Garcia, V. (2016). *La motivacion laboral, estudio descriptibles de algunas variables*. Valladolid: Universidad de Valladolid, Facultad de Ciencias Sociales, Juridicas y de la Comunicacion.
- Garzon, K. N. (2017). *PLAN MOTIVACIONAL DE LA EMPRESA IMPORTADORA SUHEY PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA LABORAL*. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1736/1/T-ULVR-1553.pdf>
- Garzon, V. K. (2017). *Estudio y analisis de los parametros, conductas, actuares y procesos de la motivacion laboral* . Universidad laica Vicente Rocafuerte : Universiad .
- Huertas. (2017). Motivación. Querer aprender. Buenos Aires: : Aique.
- Lavalle, K. P. (noviembre de 2018). *MEJORAS DE LA PRODUCTIVIDAD*. Obtenido de http://saber.ucv.ve/bitstream/123456789/9744/1/T026800011619-0-FINAL_DEFENSA-000.pdf
- Maldonado, L. M. (2018). *Como afectaria la productividad la falta de motvacion* . Guayaquil : Universidad .
- Maldonado, L. M. (julio de 2018). *MOTIVACIÓN PARA MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD*. Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/01/01/Maldonado-Luis.pdf>
- Manjarrez, N. N. (2 de febrero de 2020). *La motivación en el desempeño laboral de los empleados de los hoteles en el Cantón Quevedo*,

Ecuador. Obtenido de
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000100359

McClelland, T. d. (2018). Obtenido de
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10432/1/TESIS%20DE%20GRADO%20-%20YOLANDA%20OLVERA.pdf>

McFarland, D. E. (1972). *Administracion de Personal*. Mexico: Dr Fondo de Cultura Economica.

Medina, A. (noviembre de 2017). *Motivación y satisfacción de los trabajadores*. Obtenido de
<https://www.scielo.br/pdf/rap/v42n6/09.pdf>

Nirian, P. O. (15 de julio de 2019). *Motivacion laboral*. Obtenido de
<https://economipedia.com/definiciones/motivacion-laboral.html>

Párraga, A. X. (marzo de 2019). *ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS PARA MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD LABORAL A TRAVÉS DE LA MOTIVACIÓN EN LAS EMPRESAS* . Obtenido de
<http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/bitstream/handle/123456789/160/ESTRATEGIAS-ADMINISTRATIVAS-PARA-MEJORAR-LA-PRODUCTIVIDAD-LABORAL-A-TRAVES-DE-LA-MOTIVACION-EN-LA-CIUDAD-DE-GUAYAQUIL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pereira, N. (2009). Motivación. *Revista Educación*. DOI 10.15517/revedu.v33i2.510. Publicado: Dec 31, 2009 , 153.

Pilozo, A. A. (febrero de 2018). *MEJORA DEL DESEMPEÑO LABORAL DEL TALENTO HUMANO EN LA EMPRESA*. Obtenido de
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28090/1/TESIS%20Suarez%20-%20Alvarado.pdf>

Pilozo, A. J. (febrero de 2018). *MEJORA DEL DESEMPEÑO LABORAL DEL TALENTO*. Obtenido de
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28090/1/TESIS%20Suarez%20-%20Alvarado.pdf>

Portuondo, V. (2016). El aprendizaje desde la perspectiva de la motivación profesional y las actitudes. . *Medisan*, 15(3), 363-368.

Raffino, M. E. (27 de junio de 2020). *La productividad* . Obtenido de
<https://concepto.de/productividad/>

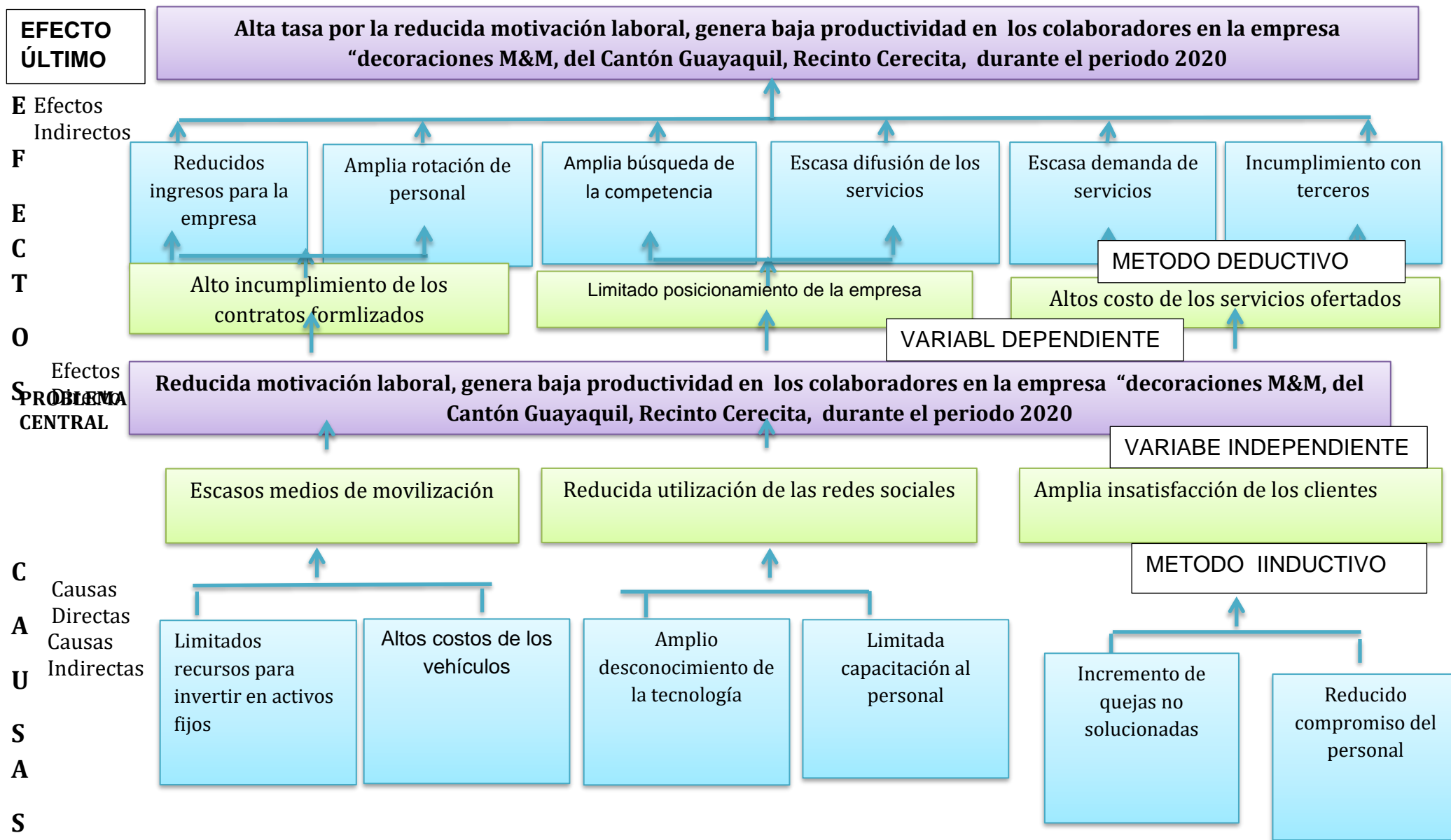
Ramírez. (2016). Escala de motivación adolescente (EM1) basada en el Modelo Motivacional de McClelland. Tesis psicológica, (7), 128-143.

Samanez, M., & Medina, P. (2017). Motivación y satisfacción laboral del personal de una organización de salud del sector privado. Horizonte Médico (Lima), 17(4), 42-52.

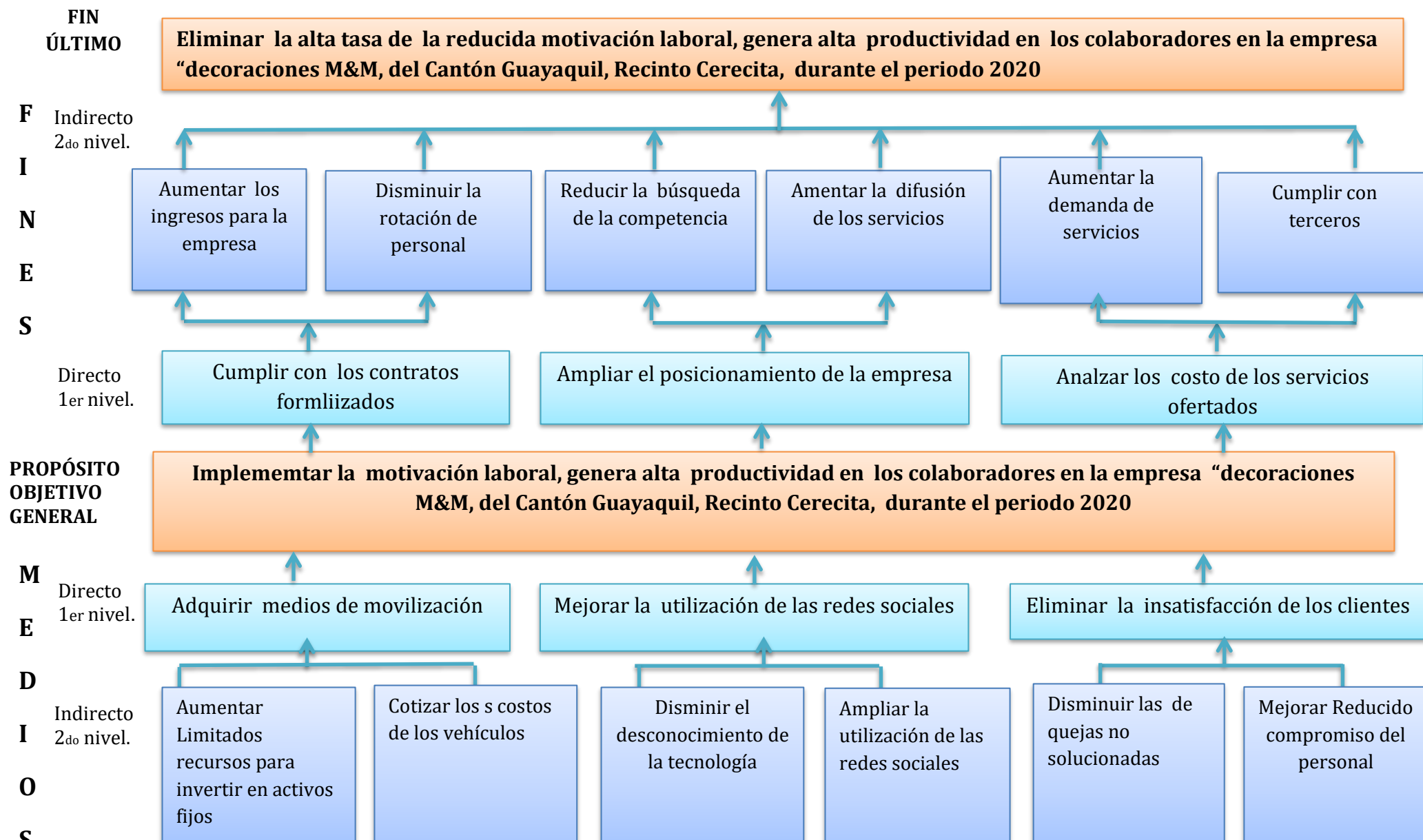
Santrock. (2002). *Educational Psychology by John W. Santrock*. Estados Unidos: Glencoe/Mcgraw Hill Post Secondary; 2nd edition (2002-11-01).

ANEXOS

ÁRBOL DE PROBLEMAS (-)



ÁRBOL DE OBJETIVOS (+)



Investigador levantando la nformacion primaria



Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

Autor levantando información



Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

Autor encuestando a cliente potencial



Elaborado por: Flores Quinde Pedro Pablo

