



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÍA**

PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

TEMA:

**ESTRATEGIAS MOTIVACIONALES PARA MEJORAR LA
ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL DEPARTAMENTO DE
MANTENIMIENTO EN LA MICROEMPRESA “RODECH”**

Autora:

Mariela Dolores Rodríguez Echerres

Tutor:

Víctor Yambay Delgado, MSc. (a)

Guayaquil, Ecuador

2015



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del proyecto de investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO

Que he analizado el proyecto de Investigación con el tema “Estrategias Motivacionales para mejorar la Atención al Cliente en el Departamento de Mantenimiento en la empresa “RODECH”, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la Investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

El problema de investigación se refiere a:

Estrategias motivacionales para mejorar la Atención al Cliente en el departamento de mantenimiento en la microempresa “RODECH”

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por la Egresada: Rodríguez Echerres Mariela Dolores

Tutor: Víctor Yambay Delgado, MSc. (a)



AUTORIA NOTARIADA

Los criterios e ideas expuestos en el presente trabajo de graduación con el tema: Estrategias motivacionales para mejorar la Atención al Cliente en el departamento de mantenimiento en la microempresa “RODECH”, de la carrera de Administración de Empresa del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, son de absoluta responsabilidad del autor y no constituye copia o plagio de otras tesis presentadas con anterioridad.

Autora:

.....

Rodríguez Echerres Mariela Dolores

DEDICATORIA

Durante estos años de estudios, éste proyecto está dedicado primeramente a Dios por darme la vida, sabiduría, entendimiento, todo es posible. A mi esposo Abraham Orellana, a mis padres Alfonso Rodríguez y María Echerres, ya que el poco tiempo que les he dado siempre han estado apoyándome en todo momento; ya que sabemos que con esfuerzo y perseverancia se puede alcanzar las metas.

Rodríguez Echerres Mariela Dolores

AGRADECIMIENTO

A Dios por su bendición cada día en los momentos de mi vida, por su grande amor, misericordia, gracias al que me dio la oportunidad de cumplir mis metas.

A mis padres María Echerres y Alfonso Rodríguez por darme el apoyo incondicional que me han enseñado con humildad, paciencia, y sabios consejos.

A mi esposo Abraham Orellana por su constancia y apoyo, por cada uno de sus consejos en el momento que necesitaba, por acompañarme en todo, como una fuente de estímulo y comprensión.

A mis compañeros de estudios les agradezco por su apoyo, consejos, ánimo, y compañías en los momentos difíciles en la vida.

Un agradecimiento a los profesores del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano por su calidad académica demostrada en todos los años de mi carrera.

Rodríguez Echerres Mariela Dolores



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

Proyecto previo a la obtención del título de:
Tecnóloga en Administración de Empresa

Tema:

Estrategias motivacionales para mejorar la Atención al Cliente en el Departamento de Mantenimiento en la Microempresa “RODECH”

Autora: Mariela Dolores Rodríguez Echerres

Tutor: Víctor Yambay Delgado, MSc. (a

RESUMEN

La presente investigación tiene como objeto diagnosticar el estado actual a través de factores que influyen en la falta de Motivación para cumplir con las metas del departamento, con el propósito de aplicar Estrategias de Motivación por medio de un programa de capacitaciones, para mejorar el desempeño laboral en el departamento de mantenimiento; permitiendo que la empresa fundamente los cambios solicitados, se utilizó un conjunto de técnicas como encuestas, entrevistas, los métodos utilizados fueron: Descriptivo, se busca la importancia de la motivación en los colaboradores, Correlacional analiza la relación entre la motivación y la productividad, Explicativo las razones porque el personal se siente insatisfecho. El plan de mejora se presenta como una propuesta muy importante para la empresa, satisfaciendo las necesidades tanto del colaborador como de los clientes. La motivación es necesaria para sentirse comprometidos, tomar decisiones, es traer como resultado una buena evaluación. Se ofrecerá trabajar de manera directa con el departamento para mejorar ambiente laboral, la comunicación y realizar mensualmente programas de integración. La situación motivacional actual no es muy buena; en tanto al crecimiento económico que va de la mano con las aptitudes del personal, sus incentivos varían de acuerdo a la necesidad de cada colaborador, puede ser económico, días libres, premios, entre otros. En conclusión existe una excelente disponibilidad por parte del gerente de la empresa para llevar a cabo la implementación del plan de mejoras; para optimizar la calidad del servicio. Los beneficiarios de esta propuesta serán a nivel gerencial, empleados, y los clientes.

EMPRESA

DEPARTAMENTO

ESTRATEGIAS
MOTIVACIONALES

CLIENTES



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

Proyecto previo a la obtención del título de:
Tecnóloga en Administración de Empresa

Tema:

Estrategias motivacionales para mejorar la Atención al Cliente en el Departamento de Mantenimiento en la Microempresa “RODECH”

Autora: Mariela Dolores Rodríguez Echerres

Tutor: Víctor Yambay Delgado, MSc. (a)

ABSTRACT

This research aims to diagnose the current state through factors influencing the lack of motivation to meet the goals of the department, for the purpose of applying motivational strategies through a training program to improve job performance in the maintenance department; allowing the company to substantiate the requested changes, a set of techniques such as surveys, interviews, the methods used were: Descriptive, seeks the importance of motivation in employees, correlational analyzes the relationship between motivation and productivity, Explanatory the reasons why the staff feels dissatisfied. The improvement plan is presented as a very important proposal for the company, meeting the needs of both the employee and customer. Motivation is necessary to feel involved, make decisions; it is to bring as a result a good evaluation. He offered to work directly with the department to improve work environment, communication and integration programs performed monthly. The current motivational situation is not very good; while the economic growth that goes hand in hand with staff skills, their incentives vary according to the need of each employee, it can be economical, days, awards, among others. In conclusion there is a good availability by the manager of the company to carry out the implementation of the improvement plan; to optimize the quality of service. The beneficiaries of this proposal will be at managerial level employees, and customers.

COMPANY

DEPARTMENT

MOTIVATIONAL
STRATEGIES

CUSTOMERS

ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

La presente Investigación está orientada en la aplicación de Estrategias Motivacionales para mejorar la Atención al Cliente en la Microempresa “RODECH, está conformado de 5 empleados, consiste en describir y analizar cuán importante es la motivación; en contribuir y mejorar el desempeño laboral mediante la satisfacción individual de cada empleado en función de optimizar la calidad de servicio y por ende el cumplimiento y logro de los objetivos, dirigiendo acciones a los miembros de esta microempresa.

Para entender mejor esta Investigación se describe un breve concepto de Estrategia Motivacional, es una herramienta muy útil a la hora de aumentar el desempeño de los empleados ya que los incentivan a llevar a cabo sus actividades con sentido de pertenencia impulsando un alto rendimiento en la empresa.

¿Por qué es importante la Motivación Laboral en las Empresas?

Es lo que impulsa a dar lo mejor de sí, alcanzar sus metas y objetivos, esto no es más que un fiel reflejo de la personalidad del individuo, y el impacto que tenga la motivación para ellos.

El problema de la microempresa se debe a la falta de motivación, desde el punto de vista del trabajador influye en la necesidad, conducta, insatisfacción, irresponsabilidad por parte del empleado.

ÍNDICE GENERAL

Contenidos	Páginas
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORIA NOTARIADA.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICES DE GRÁFICOS	x
CAPÍTULO I	1
EI PROBLEMA	1
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 UBICACIÓN DEL PROBLEMA EN UN CONTEXTO.....	1
1.2 SITUACIÓN CONFLICTO.....	1
1.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	2
1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	2
1.5 HIPÓTESIS GENERAL.....	2
1.6 VARIABLE DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.7 EVALUACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.8 OBJETIVOS.....	4
1.8.1 OBJETIVOS GENERALES:.....	4
1.8.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:.....	4
1.9 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
CAPÍTULO II	6
MARCO TEÓRICO.....	6
2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	8
2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS.....	8
2.2 ANTECEDENTES REFERENCIALES	15
2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	18
2.4 VARIABLES DE INVESTIGACIÓN	25

2.4.1. VARIABLE INDEPENDIENTE:	25
2.4.2. VARIABLE DEPENDIENTE:	26
CAPÍTULO III	30
METODOLOGÍA.....	30
3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	31
3.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN	31
3.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE LA INVESTIGACIÓN	32
Población y Muestra de la Empresa.....	34
3.3 TIPO DE MUESTRA:.....	35
3.4. FORMATO DE ENCUESTA.....	38
CAPITULO IV	42
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	42
4.1 LA PROPUESTA.....	55
5. CONCLUSIONES	57
6. RECOMENDACIONES.....	58
7. BIBLIOGRAFÍA.....	59
ANEXOS	64

ÍNDICES DE GRÁFICOS

Gráfico # 1 Trabajar en la Empresa	43
Gráfico # 2 Contribuyen favorablemente en la Atención al Cliente.....	44
Gráfico # 3 Relación con sus compañeros.....	45
Gráfico # 4 Cumplir con lo encomendado	46
Gráfico # 5 Premiar su Desempeño	47
Gráfico # 6 Colaborador capacitado.....	48
Gráfico # 7 Personal a su cargo con gestos o palabras emotivas.....	49
Gráfico # 8 Oportunidades de Asenso	50
Gráfico # 9 Trabajo que realiza	51

Gráfico # 10 La Microempresa	52
------------------------------------	----

ÍNDICES DE CUADROS

Contenidos	Páginas
Cuadro # 1 Total de trabajadores.....	33
Cuadro # 2 Población y Muestra de la Empresa	34
Cuadro# 3 Trabajar en la Empresa	43
Cuadro # 4 Condiciones área de Trabajo	44
Cuadro # 5 Relación con sus Compañeros	45
Cuadro # 6 Tarea Especifica.....	46
Cuadro # 7 Premiar su Desempeño	47
Cuadro # 8 Motivación a sus Colaboradores	48
Cuadro # 9 Motivación del Jefe con gestos o palabras emotivas.....	49
Cuadro # 10 Oportunidades de Asenso	50
Cuadro # 11 No sentirse motivado con el Trabajo	51
Cuadro # 12 Plan de Estrategia Motivacional	52
Cuadro: # 13 Programa de capacitación	70

CAPÍTULO I

EI PROBLEMA

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 UBICACIÓN DEL PROBLEMA EN UN CONTEXTO

“RODECH” es una Microempresa que se dedica al mantenimiento de Aires Acondicionados desde el año 2009, se encuentra ubicada en la Ciudad de Guayaquil, en las calles Oriente entre la 11^{ava} y 12^{ava}

El problema se centra en la Desmotivación, que es causada por el poco compañerismo, la falta de compromiso en sus empleados y la escasa supervisión de las necesidades del personal a cargo, qué provoca el bajo rendimiento y la falta de responsabilidad en sus colaboradores.

Es importante aplicar un Plan de Acción que ayude a fortalecer las Estrategias Motivacionales para Mejorar la Atención al cliente en el Departamento de mantenimiento en la Microempresa “RODECH ya que la clave del éxito es tener un buen clima laboral.

1.2 SITUACIÓN CONFLICTO

La situación conflicto surge del incumplimiento de las políticas en los colaboradores, las razones de su vigencia se demuestra en la resistencia a trabajar horas extras en el Domingo y la anulación de un contrato con una empresa pública.

El primer paso para resolver éstos conflictos es la participación más proactiva del gerente con reuniones de círculos calidad para el seguimiento del caso.

Debido a esto se ejecutarán Estrategias en el departamento para mejorar el factor Motivacional y la comunicación interna con su jefe inmediato.

1.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

***Campo:** Administración de Empresa

***Área:** Atención al cliente

***Aspecto:** Estrategias Motivacionales para mejorar la Atención al Cliente.

***Período:** 2015

1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo mejorar la falta de motivación en el servicio al cliente por parte del personal de mantenimiento de la microempresa "RODECH" de la ciudad de Guayaquil?

1.5 HIPÓTESIS GENERAL

La motivación en los colaboradores es un factor muy importante para el logro de los objetivos en las organizaciones para cumplir con los resultados deseados.

1.6 VARIABLE DE INVESTIGACIÓN

1.6.1 Variable Independiente: Estrategias Motivacionales

1.6.2 Variable Dependiente: Atención al cliente.

1.7 EVALUACIÓN DEL PROBLEMA

Delimitado: Mediante una evaluación se detectó que los colaboradores se sienten desmotivados, lo que puede significar dañar la imagen de la Microempresa en la Atención al Cliente.

Claro: Esto requiere aplicar un Plan Estratégico Motivacional para salvar la integridad de la Microempresa y la de los empleados.

Dependerá de cada colaborador sentirse motivado desde adentro hacia fuera, el cual se sentirán comprometidos consigo mismo, esto amplía una serie de impulsos, deseos, necesidades, anhelos entre otros.

Evidente: La buena relación que tenga el personal con su jefe inmediato es importante, ya que se van a sentir tomados en cuenta generando a que ellos trabajen con responsabilidad, y con mayor eficiencia.

Concreto: La calidad de servicio que le demos al cliente, motivará a los colaboradores a tomar decisiones adecuadas y favorables para el departamento de mantenimiento.

Contextual: La actividad que realizaremos a los empleados es poner en práctica todo lo que se requiere de cada uno de ellos, con actitud positiva, dando solución a los clientes.

Factible: Se coordinará con la persona encargada del área de mantenimiento, para retroalimentar al personal, en tomar acciones en cuanto a las necesidades de los colaboradores, para poder alcanzar la meta propuesta.

1.8 OBJETIVOS

1.8.1 OBJETIVOS GENERALES:

Fomentar la motivación por medio de capacitaciones para mejorar el Servicio al Cliente en el departamento de mantenimiento de la Microempresa "RODECH".

1.8.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Fundamentar los aspectos teóricos de la motivación por medio de una consulta exhaustiva para la capacitación del personal.

Diagnosticar el estado actual a través de factores que influyen en la falta de motivación para cumplir con las metas del departamento.

Proponer estrategias motivacionales por medio de un programa de capacitaciones para mejorar el desempeño laboral en el departamento de mantenimiento de la microempresa "RODECH".

1.9 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Sabemos que el activo más importante de una empresa es su recurso humano, nuestra investigación es conveniente para cubrir la demanda de los clientes.

Servirá para mejorar la preparación, fidelidad en la empresa y la capacidad para adaptarse a los cambios drásticos que surgen día a día

Esto trasciende a que la empresa tenga personal predispuesto a cubrir las necesidades de los clientes tanto interno como externo.

Se beneficiara a través de sus colaboradores en el cumplimiento de los planes propuestos.

De modo a que se vea reflejado el compromiso de cada personal tomando en cuenta su participación en la empresa.

Ayudará a mejorar la falta de motivación en todos los aspectos, esto implicaría programar la charla motivacional, con tiempo necesario que no afecte el horario de trabajo.

Con un equipo de trabajo motivado se logra a que los resultados de la organización se realicen con eficiencia y eficacia.

La información que obtengan los colaboradores en la capacitación, descubrirá lo que motivara a cada uno, de manera que llevaran a cabo lo planteado.

Se ofrecerá de manera directa trabajar en el departamento con el fin de disminuir falencias, mejorar el ambiente laboral, dispuestos a escuchar sus opiniones.

Se reconocerá la mejora continua con ascensos para fidelizarlos con la microempresa.

La deducción del tema de Investigación inicia en el departamento de mantenimiento, la idea es fomentar la motivación con cada uno de los trabajadores.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Se ha analizado en diversas investigaciones referente al tema la motivación en los empleados dentro de las empresas, para poder aumentar la productividad de la misma; el cual se busca la manera de que el colaborador se sienta a gusto de su trabajo y se verá reflejado en su rendimiento.

Según el enfoque de Schultz (1995) dentro de una organización el factor humano juega un papel fundamental ya que son las personas quienes realizan las funciones de planear, organizar, dirigir y controlar con el objetivo de que la organización opere en forma eficiente y eficaz. Sin personas no existe la organización y de ellas depende en gran medida el éxito y la continuidad de la empresa.

Por ello es esencial que la empresa logre que el personal, que en ella labore, se encuentre adecuadamente motivado para alcanzar los objetivos organizacionales y personales.

Cuando hay personal desmotivado su calidad de trabajo es pésima ya que encontraras colaborador insatisfecho dando una mala atención al cliente.

Los seres humanos son muy frágiles al momento de sentirse desmotivados ya que reflejan una mala conducta, ellos piensan que todo lo que hagan no va a servir de nada, el cual provocará no querer asumir más retos.

Todos los colaboradores tienen como objetivos ascender y mejorar su posición en la empresa esto es parte importante como incentivos y premio por su esfuerzo.

Según Espada (2006) La motivación está directamente relacionada con las necesidades humanas: cuando un ser humano tiene una necesidad siente la motivación de satisfacerla y cuando la ha conseguido generalmente deja de desmotivarse; necesidades primarias de seguridad, de afecto, de autoestima, todas ellas necesarias y muy buscadas por el ser humano y todas ellas motivan hasta alcanzarlas.

La motivación es un motor que llevamos en nuestro mundo emocional y que nos impulsa para conseguir nuestros anhelos, en ciertos momentos lo conseguimos por nuestros propios medios y en otros necesitamos la ayuda de los demás.

Vivir motivado o desmotivado es también sinónimo de vivir con ilusión o sin ella, los proyectos de futuro, los retos y desafíos solo los pueden alcanzar personas con capacidad de motivación e iniciativa personal.

En si la motivación dependerá de cómo cada individuo se sienta comprometido con uno mismo, demostrar en cualquier lugar la ganas de superarse , ya que cuando entras a una empresa , vas con una idea planteada en tu mente , de lograr el objetivo propuesto para alcanzar tus metas. La motivación que les demos a los trabajadores dependerá también de la importancia que le dé, la empresa a cada colaborador desde el momento en que ingresa a formar parte de ella.

Debemos añadir que cada individuo tiene diferentes necesidades, ambiciones, actitudes, responsabilidades, conocimientos, habilidades, y potencialidades para dirigir cada conducta.

La motivación en el colaborador hace que su trabajo sea de excelente calidad, demuestre interés al momento de atender a los clientes y ame lo que hace.

2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

La estrategia motivacional en los colaboradores se relaciona directamente a la motivación esta surge alrededor del año 1700, en el continente Europeo, cuando los antiguos talleres de artesanos se transformaron en fábricas donde decenas y centenas de personas producían operando máquinas; los contactos simples y fáciles entre artesano y sus auxiliares se complicaron, había que coordinar muchas tareas ejecutadas por un gran número de personas, y cada una de ellas pensaban de manera distinta, empezaron los problemas de baja productividad y desinterés en el trabajo. Surgen los conflictos, malas relaciones, la falta de entendimiento entre personas, la desmotivación, es allí donde toma fuerza en todos los ámbitos la motivación en la sociedad; ya que esto es una alternativa para mejorar la productividad en las organizaciones.

Motivación es "el trasfondo psíquico e impulsor que sostiene la fuerza de la acción que señala la dirección a seguir. Los seres humanos actuamos siguiendo determinados móviles y buscando fines; siempre obedeciendo a motivaciones de diversos géneros. Podemos decir que la motivación es considerada como "el conjunto de las razones que explican los actos de un individuo" o "la explicación del motivo o motivos por los que se hace una acción".

En relación al tema se menciona que en 1920 la Organización Internacional del Trabajador (OIT), ha luchado por el bienestar del trabajador ya que es una agencia especializada de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), tiene como objetivo principales mejorar las condiciones de trabajo, promover empleos productivos para el desarrollo social así como mejorar el nivel de vida de las personas en todo el mundo.

En la fecha anterior, el Dr. Rogelio Díaz Guerrero realizó una encuesta en México que el 68% de los trabajadores les gusta su trabajo, en el centro de estudios educativos encontró el 83% se encontraba entre bastante orgulloso de su trabajo, el problema en general no es pues el trabajo en sí, sino las relaciones humanas y las actitudes personales.

En la jerarquía de las necesidades de A.Maslow (1954) postula que cada persona tiene una jerarquía de cinco necesidades:

- a) Fisiológicas: Como alimento, agua, temperatura adecuada, sexo, vivienda etc.
- b) De seguridad: Como estabilidad personal, ausencia de amenazas, etc.
- c) Sociales: Como amistad, afecto, vinculación social, interacción, amor, etc.
- d) Estima: Tanto autoestima, como posición, reconocimiento externo.
- e) Autorrealización: Como llegar a ser lo que es capaz de ser de forma continuada.

La Pirámide de A.Maslow es una teoría donde no todas las personas aplican estas cinco necesidades en su ámbito laboral y profesional, esto puede ayudar a gerentes a fortalecer y evaluar el desempeño de cada colaborador; en su crecimiento propio.

La estrategia motivacional, según McClellan, está en función de tres necesidades o motivos cuya configuración va perfilando a lo largo de la vida fruto del aprendizaje:

De logro: Afán de alcanzar el éxito, evitar el fracaso y realizarse según un modelo.

De poder: necesidad de influir sobre los demás y ejercer control sobre ellos.

De afiliación: necesidad de tener relaciones interpersonales afectivas.

Estas necesidades ha sido de mayor importancia con motivo de logros, esfuerzo, dificultad o riesgos, e influir en otros.

En la historia de la atención al cliente según datos aportados por C. Flores (1987), esto posee de los pensadores griegos; sin embargo Sócrates encuentra la búsqueda de la felicidad en el hombre, determina las conductas humanas que están relacionados con los sentimientos de afecto que dirigen el comportamiento.

Una de las razones que el personal de un mal servicio es la falta de conocimiento del producto o servicio que la empresa brinda, se debe de capacitar adecuadamente es un primer paso para reforzar, los Japoneses han hecho uso del concepto por siglos; se identifican con la visión de la empresa esto ayudara a crear un compromiso ser reconocidos por sus logros.

La estrategia motivacional como la Atención al Cliente es de mucho interés, es una clave importante para un negocio exitoso, es descubrir y satisfacer con rapidez las necesidades.

Para que esta Estrategia sea efectiva según Frederick Herzberg (1923-2000), existen dos tipos de factores que intervienen en las relaciones laborales:

Motivadores: Son los orientados a garantizar la satisfacción de las personas tanto en el desempeño de sus labores como en sus propias expectativas, y abarcan aspectos como:

- Logros
- Reconocimiento
- Promoción
- Retos
- Asignación de responsabilidades

Higiénicos: Tienen que ver tanto con el contexto donde se desempeña el trabajo como con el trato que las personas reciben:

- Ambiente laboral
- Recursos materiales
- Beneficios sociales
- Sueldos
- Relaciones personales
- Políticas institucionales

Al implementar Estrategia Motivacional en la empresa, debemos de asegurarnos que satisfaga las necesidades de cada colaborador.

Una buena comunicación reforzará la Motivación en la Atención al Cliente, proporcionándole lo que necesita para pasar a la acción.

Existen cantidad de información teórica y práctica acerca de la motivación en las personas, esto involucra el aporte de diversas disciplinas, en la era moderna de Scartes distinguió entre dos aspectos pasivos (cuerpo) y activos (mente) de la motivación.

Varias personas piensan que la motivación no depende de ellas mismas sino de sus superiores y de su entorno social y profesional, existen en las empresas excelentes profesionales con un liderazgo exento de capacidad motivadora, esto también dependerá de que cada colaborador, debe también de motivar a sus jefes; esto se retroalimenta con la aportación de todos para así ir a una misma dirección.

Según Robbins (1999) definió la motivación como "la voluntad de ejercer altos niveles de esfuerzo hacia las metas organizacionales, condicionados por la capacidad para satisfacer alguna necesidad individual" y "algún estado interno que hace que ciertos resultados parezcan atractivos". Refiere que las personas perciben la motivación como una característica personal, o sea que algunas personas la tienen otras no.

La Estrategia Motivacional establece que está constituida por factores capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta del individuo hacia un objetivo.

Para Roussel (2000) La motivación es algo psicológico humano que contribuye al grado de compromiso de la persona; es un proceso que ocasiona, activa, orienta, dinamiza y mantiene el comportamiento de los individuos hacia la realización de objetivos esperados.

La Estrategia motivacional y la Atención al Cliente van relacionadas a un solo objetivo satisfacer las necesidades propias y ajenas con actitudes, aportaciones, responsabilidad, y valor al trabajo.

Todas estas funciones teórica orientar a los colaboradores hacia un nuevo cambio en conocimientos habilidades y actitudes con capacitaciones para dar un buen servicio a los clientes.

En Ecuador muchas empresas hacen énfasis en su talento humano, en mantenerlos motivados y enfocados en el servicio al cliente, en la administración de dirigir y mantener los recursos humanos, económicos, y materiales, llaman a sus colaboradores a reuniones para indicar el crecimiento y las ganancias para que los empleados se sientan parte de ellas.

Esto va ayudar a minimizar errores que se han generado en el departamento de mantenimiento, por la ausencia de comunicación hacia sus jefes, en establecer reuniones periódicas con el fin de tomar acciones que logren motivar a sus empleados.

Proporcionar oportunidades que motiven al personal en realizar funciones las cuales puedan ser consideradas su continuo desarrollo en la empresa. En referencia a la estrategia de motivación se dice que hay muchos factores que encierran sentimientos de realización, de crecimiento, reconocimiento profesional, que consiste a un gran desafío de lograr sus objetivos.

Al desarrollar esta investigación nos ayudará a mantener los empleados motivados con actitudes positivas, las cuales logran mejorar su desempeño y conducta.

En Ecuador muchas empresas hacen énfasis en su talento humano, en mantenerlos motivados y enfocados en el Servicio al Cliente, en la administración de dirigir y mantener los recursos humanos, económicos, y materiales, llaman a sus colaboradores a reuniones para indicar el crecimiento y las ganancias para que los empleados se sientan parte de ellas.

En el 2015, la Estrategia de motivación en las empresas se transforma en una herramienta muy importante como programas de incentivos y beneficios sociales; nos va ayudar a potenciar el compromiso en los colaboradores, y ver mayores resultados.

Las estrategias de motivación que realizan las empresas hoy en día, es empezar con una dinámica, antes que empiecen sus labores donde todos participan, esto ayuda a que entren a laborar con ánimo y entusiasmo.

Dentro de las Estrategias también se establece la dirección que influye en las actividades para poder llevar a cabo la etapa de motivación, supervisión, comunicación, y crecimiento.

Las estrategias están orientadas a mantener e incrementar el nivel de motivación de los empleados; el cual se debe de aprovechar las fortalezas, se debe crear una cultura y ambiente de trabajo correcta en el departamento, son elementos clave de la motivación.

2.2 ANTECEDENTES REFERENCIALES

Al referirse el tema de la Estrategias motivacionales con otras investigaciones el concepto es el mismo pero con diferentes autores, es sentirse comprometidos, tomar decisiones el cual debemos de establecer con claridad nuestras metas, en todas las áreas de nuestras vidas, mantener siempre pensamientos positivos; debemos persistir hasta que nuestra pasión interna sea parte de nuestro carácter y personalidad.

En la jerarquía de las necesidades de A.Maslow (1954) postula que cada persona tiene una jerarquía de cinco necesidades:

- a) Fisiológicas: Como alimento, agua, temperatura adecuada, sexo, vivienda etc.
- b) De seguridad: Como estabilidad personal, ausencia de amenazas, etc.
- c) Sociales: Como amistad, afecto, vinculación social, interacción, amor, etc.
- d) Estima: Tanto autoestima, como posición, reconocimiento externo.
- e) Autorrealización: Como llegar a ser lo que es capaz de ser de forma continuada.

Es una teoría donde no todas las personas aplican estas cinco necesidades en su ámbito laboral y profesional, esto puede ayudar a gerentes a fortalecer y evaluar el desempeño de cada colaborador; en su crecimiento propio.

La Estrategias de Motivación también se imparte en los establecimientos educativos tanto a docentes y estudiantes es direccionarlos a que el aprendizaje tenga mayor éxito.

La teoría de reforzamiento nos lleva al comportamiento del individuo en su conducta el cual va a tener consecuencias positivas que suele ser repetidas y la negativa tiende a no ser repetida esto depende del mayor esfuerzo y mejor resultado de cada uno.

El concepto de Martínez es las actitudes y las intenciones de cada empleado, sabemos que la motivación es un esfuerzo para satisfacer un deseo o meta; el cual va ligado a la comunicación del equipo de trabajo.

Para Stoner, Freeman Gilbert (1999 Pág.485) define la motivación como una característica de la psicología humana, el cual incluye los factores ocasionales, canalizan y sostiene la conducta humana, hace que las personas funciones.

Según Robbins (2000) la motivación es de gran esfuerzo por alcanzar las metas de las organizaciones, condicionados por la capacidad del esfuerzo para satisfacer algunas necesidades personales. (Pp.63)

El enfoque de Chiavenato (2000) la motivación es el impulso de una persona a actuar de determinada manera o por lo menos que origina una propensión hacia un comportamiento específico. (Pp. 271).

En ellos se encuentra la automotivación que uno mismo genera, y por lo tanto no dependerá de terceras personas, ayudara a tener confianza consigo mismo, lograr el éxito y la felicidad en base al potencial ilimitado que uno posee.

Según algunas teorías de motivación en lo que se refiere en psicología, se establece un lugar primario, que refiere a las necesidades elementales como respirar, comer o beber, y secundario referido a las necesidades sociales como el logro u afecto.

Los trabajadores se sentirán motivados de acuerdo a su desempeño es el traer como resultado una buena evaluación en ellos comprende también su ascenso.

En la investigaciones realizadas las empresas deben de programar un plan de ventas el cual el personal debe cumplirlo en un periodo de tiempo, siempre incentivándole moralmente o económicamente para que el trabajador si sienta con ganas de demostrar que puede llegar a los resultados propuestos.

La misión y la finalidad es lograr a llegar a sus objetivos y ser competitivas, establecer estrategias.

Existen diferentes factores de estrategias motivacionales que satisfacen a los colaboradores es el reconocimiento, de premiarlo en público o personalmente esto ayuda a que aumente el compromiso, y se convierte en una ventaja competitiva, con los demás compañeros.

El reconocer a su gente por su servicio o trabajo bien hecho, hace que ellos logren el plan propuesto por la empresa, como beneficios, y tener mayor compromiso por parte del trabajo en equipo.

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Las relaciones obreros patronales en la República del Ecuador, están reguladas o normadas por diferentes instituciones del Estado, las cuales para cumplir con sus funciones tienen competencias y leyes tales como:

CÓDIGO DEL TRABAJO

Artículo 1.- Ámbito de este Código. Nos indica que las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo.

Las normas relativas al trabajo contenidas en Leyes especiales o en convenios Internacionales ratificados por el Ecuador, serán aplicadas en los casos específicos a las que ellas se refieren.

Artículo. 2.-Obligatoriedad del trabajo.- Se refiere que el trabajo es un derecho y un deber social. El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes.

Artículo 3.- Libertad de trabajo y contratación.

Nos indica que ninguna persona podrá ser obligada a realizar trabajos gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la ley, salvo los casos de urgencia extraordinaria o de necesidad de inmediato auxilio.

Artículo. 4.- Irrenunciabilidad de derechos.- Indica que los derechos del trabajador. Será nula toda estipulación en contrario.

Artículo 5.- Protección judicial y administrativa Están obligados a prestar a los trabajadores oportunos y debidos protección para la garantía y eficacia de sus derechos.

Artículo 6. Nos señala que los trabajadores de mascarillas y más implementos defensivos, y se instalen, según dictamen del Departamento de Seguridad e Higiene del Trabajo, ventiladores, aspiradores u otros aparatos mecánicos propios para prevenir las enfermedades que pudieran ocasionar las emanaciones del polvo y otras impurezas susceptibles de ser aspiradas por los trabajadores,

EL REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

Es una norma reguladora de las relaciones internas de la empresa con el trabajador, es una herramienta indispensable para resolver los conflictos que se llegaren a presentar dentro de la empresa, como sanciones que deben de estar en el reglamento.

ARTÍCULO 2- OBLIGACIONES GENERALES Y DERECHOS DE LOS TRABAJADORES

Todos los trabajadores tendrán derecho a:

- a) Desarrollar sus labores en un ambiente de trabajo adecuado y propio para el pleno ejercicio de sus facultades físicas y mentales, que garanticen su salud, seguridad y bienestar. Los derechos de consulta, participación, formación, vigilancia y control de la salud en materia de prevención, forman parte del derecho de los trabajadores a una adecuada protección en materia de seguridad y salud en el trabajo.
- b) Cooperar en el cumplimiento de las obligaciones que competen al empleador;

- c) Usar adecuadamente los instrumentos y materiales de trabajo, así como los equipos de protección individual y colectiva;
- d) No operar o manipular equipos, maquinarias, herramientas u otros elementos para los cuales no hayan sido autorizados y, en caso de ser necesario,
- g) Velar por el cuidado integral de su salud física y mental, así como por el de los demás trabajadores que dependan de ellos, durante el desarrollo de sus labores;

Art. 24.- DE LA CAPACITACION.- Según el artículo es un subsistema orientado al desarrollo integral de las servidoras y servidores del organismo, orientado a la adquisición y actualización de conocimientos, desarrollo de técnicas, habilidades y valores para ser aplicados en el desempeño de sus funciones y así lograr la consecución de los objetivos institucionales y la aplicación del derecho al buen vivir consagrado en la Constitución.

LEY DEL CONSUMIDOR

Esta ley protege efectivamente a los consumidores, a medida que la población de un país alcanza mayores niveles de ingreso y mejor calidad de vida, adquiere mayor importancia sobre todo en la salud y vida personal; tienen derecho a que los mercados les ofrezcan la mayor cantidad de bienes y servicios, a mejores precios, calidad, seguridad que garanticen su cumplimiento.

ARTICULO 20. — Materiales a Utilizar en la Reparación. En los contratos de prestación de servicios cuyo objeto sea la reparación, mantenimiento, acondicionamiento, limpieza o cualquier otro similar, se entiende implícita la obligación a cargo del prestador del servicio de emplear materiales o

productos nuevos o adecuados a la cosa de que se trate, salvo pacto escrito en contrario.

ARTICULO 21. — Presupuesto. En los supuestos contemplados en el artículo anterior, el prestador del servicio debe extender un presupuesto que contenga datos.

LEY ORGÁNICA

El artículo 53.- Señala a cerca de la Definición y Clasificación de las MIPYMES.-La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento.

El artículo 54.- Coordinar con los organismos especializados, públicos y privados, programas de capacitación, información, asistencia técnica y promoción comercial, orientados a promover la participación de las MIPYMES en el comercio.

CAPÍTULO VI DE LA FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

Art.201.-De la capacitación y desarrollo del personal.- Dentro de lo estipulado en el artículo según lo Constituye un proceso programado, técnico, continuo, de inversión institucional, orientados adquirir o actualizar conocimientos, desarrollar competencias y habilidades de las y los servidores, con la finalidad de impulsar la eficiencia y eficacia de los procesos, y motivar el respeto de los derechos humanos, la práctica de principios de justicia, calidad, calidez, equidad y solidaridad, basado al plan nacional de capacitación y desarrollo profesional, elaborado por el ministerio de relaciones laborales y el instituto de altos estudios nacionales.

Art. 216.- Según la evaluación del desempeño es programada y por resultados tiene como objetivo medir y estimular la gestión de la entidad, de procesos internos y de servidores, mediante la fijación de objetivos, metas e indicadores cuantitativos y cualitativos fundamentados en una cultura organizacional gerencial basada en la observación y consecución de los resultados esperados, así como una política de rendición de cuentas que motive al desarrollo en la carrera del servicio público, enfocada a mejorar la calidad de servicio y a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

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. Contiene 12 objetivos que expresan la continuar con la transformación histórica del Ecuador.

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 el derecho 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.

Calidad

La evaluación y el aseguramiento de la calidad son requisitos indispensables de todo el proceso de formación. Estos principios garantizan la pertinencia de la oferta educativa en todos los niveles. Como primer paso, el Ministerio de Educación define los estándares de calidad educativa. Un segundo paso es la consolidación del Sistema Nacional de Evaluación y Rendición Social de Cuentas, que evalúa cuatro componentes: la gestión del Ministerio y sus dependencias, el desempeño de los docentes, el desempeño de los estudiantes y el currículo nacional.

Ciencia, Tecnología e Innovación

Las instituciones públicas son las que han realizado más investigaciones e inversión, con 737 aristas de propiedad intelectual, es decisiva para caminar hacia la innovación, la generación de conocimiento propio, la seguridad nacional, la protección de la industria y el patrimonio nacional, las relaciones comerciales internacionales, etc.

Sin embargo, existen retos en materia de propiedad intelectual, que integren la política nacional de ciencia y tecnología bajo la óptica del conocimiento abierto.

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.

b. Articular la gestión de los sectores estratégicos a la Estrategia Nacional para el Cambio de la Matriz Productiva y a la vocación productiva de los territorios y su diversidad poblacional.

e. Fortalecer el marco institucional y regulatorio que permita una gestión de calidad en los procesos productivos y garantice los derechos de consumidores y productores.

f. Articular la educación y la investigación a la generación de capacidades técnicas y de gestión, para dinamizar la transformación productiva.

10.3. Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios.

- a. Fortalecer el sector servicios, para la creación y fomento de empleo inclusivo.
- b. Fomentar la generación de capacidades técnicas y de gestión en los servicios, para mejorar su prestación y contribuir a la transformación productiva.
- c. Articular la gestión de infraestructura de soporte para el fomento a la competitividad sistémica, en los servicios de logística y transporte aéreo, terrestre y marítimo, como ejes para potenciar el sector servicios.
- d. Promover espacios de desarrollo de las actividades de servicios ambientales, bajo esquemas de competitividad y productividad en su prestación, para la generación de mayor valor agregado.
- e. Promover espacios de desarrollo de las actividades de servicios de construcción, bajo esquemas de competitividad y productividad en su prestación, para la generación de mayor valor agregado.
- f. Fortalecer el marco institucional y regulatorio que permita una gestión de calidad y de control de poder de mercado en la prestación de servicios, para garantizar los derechos de los proveedores y de los consumidores.

2.4. VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

2.4.1. VARIABLE INDEPENDIENTE: Estrategias Motivacionales

La Estrategias Motivacionales se la puede definir como un conjunto de acciones planificadas cuyo fin primordial es motivar a las personas, para que con disposición y entusiasmo realicen sus actividades, dirigida a un logro y objetivo que a través de la motivación se obtiene mayor eficiencia, creatividad, responsabilidad, y un mayor compromiso por parte de los colaboradores.

La motivación es parte importante para cada colaborador ya que establece muchos factores capaces de provocar, mantener y dirigir conductas; es decir satisfacer las necesidades, con un motivo específico en tomar acciones que encaminen a un solo objetivo.

2.4.2. **VARIABLE DEPENDIENTE:** Atención al cliente

Es la gestión que realiza cada persona que trabaja en la empresa y que tiene la oportunidad de estar en contacto con el cliente y en satisfacer sus necesidades.

La importancia de dar un buen Servicio al Cliente es un elemento fundamental que nos puede llevar a obtener e incrementar nuestras ventas, las actitudes reflejarán nuestras acciones como el comportamiento, conocimiento del producto, entre otras.

Para las empresas sus clientes están por encima de todo, marcar la diferencia a la competencia es lo importante se debe crear en cada cliente la satisfacción de haber obtenido lo que el busca, el compromiso que ponga cada colaborador va a generar que los clientes regresen y tener relaciones perdurables con ellos.

2.5 DEFINICIONES CONCEPTUALES

Al establecer estrategias motivacionales en la empresa dependerá del propietario, del tipo de trabajo de los recursos disponible, del salario del grado de crecimiento entre otros. Según las opiniones de muchos autores determinan la motivación como punto clave para el éxito en las organizaciones; por lo cual es importante mantener al personal motivado con capacitaciones y dando valor a sus necesidades.

Para tener éxito y conseguir objetivos en la vida, tiene que ser perseverante y no rendirse por cualquier obstáculo que se presente, la motivación es un motor alimentado por estímulo interno y externo que ayudara a mantener firme hacia la meta.

Estímulo: Es una señal interna o externa capaz de provocar una reacción de una célula u organismo, también se refiere a una acción.

Mejoramiento: En las organizaciones el mejora debe de ser continuo en nuestras capacidades para asumir retos, el resultado es la calidad de servicio que prestamos hacia las sociedad.

Factores: Un factor contribuye a que se obtenga mejores resultados, al caer sobre el la responsabilidades de la variación sobre los cambios, es decir la evolución o transformación de los hechos.

Entrenamiento: Consiste en llevar a cabo una serie de actividades para desarrollar ciertos conocimientos, habilidades, capacidades.

Diagnóstico: Son resultados que se arrojan luego de un estudio, evaluación, o análisis sobre un determinado ámbito u objeto. Tiene como propósito reflejar la situación de un cuerpo, estado o sistema para luego proceder a realizar una acción.

Normas: Es una norma o reglamento que tiene que ser respetada permite ajusta ciertas conductas o actividades, ya sea también esto jurídico.

Cuantificables: Se refiere a la acción de enunciar una cantidad esto se puede expresar en números, fundamentar una opinión.

Feedback: Es una palabra del Inglés que significa retroalimentación se puede utilizar como sinónimo de respuesta reacción, opinión, método de control de sistema.

Sensorial: Procesan información el cual está formado por receptores sensoriales como vista, oídos, tactos, gusto, olfato.

Pertinencia: Pertinencia es la cualidad de pertinente. Se trata de un adjetivo que hace mención a lo perteneciente o correspondiente a algo o a aquello que viene a propósito. Por ejemplo: “Creo que es un comentario sin ninguna pertinencia que sólo suma más preocupación”, “No quiero escuchar cosas sin pertinencia”, “La propuesta de Gómez demostró su pertinencia al solucionar uno de los principales problemas de la empresa”.

Metafísica: La metafísica es una rama de la filosofía que estudia los problemas centrales del pensamiento filosófico: el ser en cuanto tal, el absoluto, Dios, el mundo, el alma. En esa línea, intenta describir las propiedades, fundamentos, condiciones y causas primeras de la realidad, así como su sentido y finalidad. Su objeto de estudio es lo inmaterial, de allí su pugna con los positivistas, quienes consideran que sus fundamentos escapan a la objetividad empírica.

Fácticas: Es una ciencia que está basada en buscar la coherencia entre los hechos y la realidad, es necesaria pero no suficiente, porque además exige la observación y la experimentación.

Inferencias: Es aquella acción y efecto deducir algo, conducir a un resultado, se evalúa distintas expresiones de un lenguaje determinado.

Táctica: Planes de acción mediante los cuales se pone en práctica las estrategias.

Motivadores: Son las fuerzas humanas que constituyen a una organización y que inducen a las personas a actuar o realizar algo.

Evaluación de desempeño: Acción de evaluar la conducta y el trabajo de una persona en relación a sus responsabilidades.

Herramientas motivacionales: Recompensas otorgada a la fuerza de venta para contribuir el logro alcanzado.

Estrategia motivacionales: Se concibe como un grupo de estrategias orientadas a mantener e incrementar el nivel de motivación de los empleados.

Alcances de metas y ventas: Es el logro de volumen de ventas exigido por la empresa como optimismo a la fuerza de ventas.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

La Metodología es un conjunto de métodos y técnicas que se usan durante el proceso de una investigación, la cual es una actividad que se orienta a obtener nuevos conocimientos, que pueda llegar a dar solución a los problemas planteados.

Se hace seguimiento a la investigación en recolectar, analizar y clasificar los datos, con el objetivo de que los resultados tengan validez y pertinencia; y cumpla con los estándares de exigencia científica. Parte de este proyecto está el criterio y selección de la metodología, sea esto cuantitativo, cualitativo.

La podemos encontrar en diferentes áreas de estudio, con una serie de pasos específicos:

Enfoque cuantitativa: Es el procedimiento de decisión que pretende decir, entre ciertas alternativas, usando magnitudes numéricas que pueden ser tratadas mediante herramientas del campo de la estadística.

Enfoque cualitativa: Es aquella empleada para abordar una investigación dentro del campo de las ciencias sociales y humanísticas, se enfoca en procedimiento más bien interpretativo como entrevistas o documentos.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2003) establecen cuatro tipos de investigación, basándose en la estrategia de investigación que se emplea, ya que el diseño, los datos que se recolectan, la manera de obtenerlos, el muestreo y otros componentes del proceso de investigación son distintos.

Al realizar la investigación sabemos en realidad que las estrategias que uno plantee en la empresa van a llevar a cabo el alcance de las ventas y mejoramiento a la Atención al Cliente.

3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

3.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Es la definición de los tipos de investigación que desea realizar el cual determinará los pasos a seguir del estudio, sus técnicas y métodos que puedan emplear. En general determina todo el enfoque de la investigación influyendo en instrumentos, y hasta la manera de cómo se analiza los datos recaudados. Va a constituir un paso importante en la metodología, pues este va a determinar el enfoque del mismo.

Existen diferentes tipos de métodos de investigación:

Método Exploratorio: También conocido como estudio piloto, son aquellos que se investigan por primera vez o son muy pocos investigados. También se emplean para identificar una problemática, las estrategias motivacionales no han sido investigadas a fondo.

Método Descriptivo: Describen los hechos como son observados.

Método Correlacional: Estudian las relaciones entre variables dependientes e independientes, ósea se estudia la correlación entre dos variables.

Método Explicativo: Este tipo de estudio busca el porqué de los hechos, estableciendo relaciones de causa- efecto.

3.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE LA INVESTIGACIÓN EL MUESTREO.

POBLACIÓN Y MUESTRA

POBLACIÓN:

Una población se precisa como un conjunto finito o infinito de personas u objetos que presentas características comunes, de los cuales se saca conclusiones, números de personas que laboran en la empresa.

En la presente investigación el análisis de la población es de 5 colaboradores, de la cual se estudiara una fracción (la muestra). Según el número de población finita es aquella que está formada por un limitado número de elementos, y la infinita es cuando el número de elementos es muy grande; se utilizan muestras estadísticas.

Cuando se lleve a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio.

Entre éstas tenemos:

Homogeneidad - Que todos los miembros de la población tengan las mismas características según las variables que se vayan a considerar en el estudio o investigación.

Tiempo - Se refiere al período de tiempo donde se ubicaría la población de interés. Determinar si el estudio es del momento presente o si se va a estudiar a una población de cinco años atrás o si se van a entrevistar personas de diferentes generaciones.

Espacio - Se refiere al lugar donde se ubica la población de interés. Un estudio no puede ser muy abarcador y por falta de tiempo y recursos hay que limitarlo a un área o comunidad en específico.

Cantidad - Se refiere al tamaño de la población. El tamaño de la población es sumamente importante porque ello determina o afecta al tamaño de la muestra que se vaya a seleccionar, además que la falta de recursos y tiempo también nos limita la extensión de la población que se vaya a investigar.

Cantidad de trabajadores por Categoría Ocupacional

Cuadro # 1 Total de trabajadores

TOTAL DE LOS TRABAJADORES		
NOMBRES	OCUPACIÓN	# DE TRABAJADORES
RODRIGUEZ ECHERRES JOSE LUIS	GERENTE	1
VELASCO ZAPATA VICENTE	SUPERVISOR	
EZEQUIEL	TECNICO	1
CORONEL LEON FELIX VICENTE	AUXILIAR TECNICO	1
BOHORQUEZ TRIVIÑO ELICEO	AUXILIAR TECNICO	1
MAZACON LINO JONATHAN VINICIO	AUXILIAR TECNICO	1
TOTAL		5

Elaboración: Investigadora

Población y Muestra de la Empresa

Cuadro # 2 Población y Muestra de la Empresa

CUADRO DE LA POBLACION DE LA MICROEMPRESA		
AREAS	CARACTERISTICAS	PERSONAL
GERENTE	DIRIGE LA MICROEMPRESA	1
SUPERVISOR	CONTROL DE LA MICROEMPRESA	1
MANTENIMIENTO	ENCARGADOS DE DAR EL SERVICIO	3
	TOTAL	5

Elaboración: Investigadora

Muestra: Es un subconjunto definido en base de la población determinada y las conclusiones que se otorgan de dicha muestra, en consecuencia muestra y población son conceptos relativos. Una población es un todo y una muestra es una fracción o segmento de ese todo.

Balestrini (2001) señala que la muestra en esencia es un subgrupo de la población, es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al llamado población.

Murray R. Spiegel Señala que el muestreo es el estudio de las relaciones existentes que hay entre la población y las muestras extraídas de la misma. Esto tiene gran interés en muchos aspectos de la estadística porque permite estimar cantidades desconocidas de una población.

Procedimientos de la Información

Es un procesamiento de datos a la selección, y clasificación recogidos para realizar el análisis, el investigador queda en posesión de un cierto número de datos que se tabulara y se registrara.

3.3 TIPO DE MUESTRA:

Probabilística (Aleatoria): Tiene como objeto estudiar los métodos para seleccionar u observar una parte que se considera representativa de la población, denominada muestra, con el fin de hacer inferencias sobre el total. Es una técnica de las muestras recogidas de todo los individuos de la cuales se relacionan; nos va permitir establecer ecuaciones de tipo probabilísticos que describen el comportamiento de las variables de la población.

Cuando se selecciona al azar cada miembro tiene igual oportunidad de ser incluido, por lo tanto este es el tipo de muestreo que debemos utilizar en las investigaciones por ser riguroso y científico.

Probabilístico (No Aleatorio): Este muestreo no se utiliza al azar, sino el criterio del investigador, es decir, si la muestra es o no representativa, por Ejemplo: el investigador determina que muestra desea utilizar y seleccionar.

Muestreo por conveniencia.- En este tipo de muestreo las muestras son seleccionadas porque son fáciles de conseguir para el investigador es decir que los sujetos son seleccionados porque son sencillos para reclutar y así esta técnica es la más barata y con la cual menos tiempo se lleva.

Muestreo por Cuotas.- Este muestreo es una técnica en donde el investigador se asegura la representación equitativa y proporcionada de los sujetos, en la función de que rasgos es considerado base de cuota.

Muestreo Intencional.- Este tipo de muestreo es caracterizado por el máximo esfuerzo que se hace para poder recopilar las muestras ya que se realiza sobre la base del conocimiento y criterios del investigador en la experiencia con la población.

Muestreo Incidental.- Es un proceso donde el investigador selecciona directa o intencionalmente a los individuos de una población, el caso más ocurrente de este tipo de procedimiento es utilizar como muestra a los individuos que se tiene más fácil acceso.

Estratificada - Se subdivide en estratos o subgrupos según las variables o características que se pretenden investigar. Cada estrato debe corresponder proporcionalmente a la población. Ejemplo, por grupos de edades, sexo.

Sistemática - Se establece un patrón o criterio al seleccionar la muestra. Ejemplo: se entrevistará una familia por cada diez que se detecten.

En toda investigación se aplica un instrumento para recabar datos específicos, que conlleven a la solución de la problemática, se lleva a cabo una encuesta con el fin de conocer estados de opinión; características o hechos específicos, con validez y confiabilidad.

Observación: Es un proceso cuya función es recoger información sobre el objeto del cual se toma en cuenta para la investigación, es decir que es un procedimiento de recolección de datos e información que se consiste en utilizar los sentidos para poder observar los hechos y realidades según el problema que se está estudiando.

Se observa que la muestra y la población se toma de acuerdo a la información que el investigador desee; como procesamiento de datos, toma de decisiones, la cual solucionara la problemática del tema tratado.

En este caso la muestra que tomaremos es en la microempresa "RODECH" será aleatorio por conveniencia, determinara lo que se va a seleccionar.

Entrevista: Es una técnica por la cual el investigador desea recopilar la información de una forma oral y personalizada. La información que se recoja tratara en torno a los acontecimientos vividos y aspectos en la forma de pensar y sentir de la persona tales como creencias, actitudes, opiniones o valores en relación con la situación que se está estudiando.

La información que se tendrá en la entrevista será necesaria para poder tomar decisiones y estrategias convenientes que incentiven al personal de la empresa, de la cual está sus necesidades.

Encuesta: Es la técnica que utiliza como procedimiento de investigación porque permite obtener y elaborar los datos de una forma más rápida y eficaz. Esta herramienta es un cuestionario impreso, destinado a obtener respuestas sobre el problema que se estudia y que el investigador llena por sí mismo una serie de preguntas a criterio personal.

La búsqueda de información nos llevara a obtener respuesta directa por parte de los empleados, para realizar cambios que se relacionan al departamento de estudio.

3.4. FORMATO DE ENCUESTA

ENTREVISTA A DIRECTIVO

Cuestionario para medir el Impacto de las Estrategias motivacionales por parte del Gerente a sus colaboradores

Objetivo: Obtener la Información necesaria acerca de la Empresa objeto estudio para realizar el proyecto de tesis

Fecha:_____ Puesto:_____

1.- ¿Cuál es la situación motivacional Actual de su Empresa?

2.- ¿Qué Estrategias aplica para motivar a sus trabajadores?

3.- ¿Qué indicadores refleja la satisfacción de sus clientes?

4.- ¿Cuenta con un programa motivacional para fidelizar a los clientes?

ENCUESTA A EMPLEADOS

Cuestionario para medir el Impacto de las Estrategias Motivacionales para mejorar la Atención al Cliente.

Objetivo: Conocer la opinión de los empleados del área de mantenimiento acerca de su satisfacción laboral.

Fecha: _____ Puesto: _____

1.- ¿Se siente motivado de trabajar en la empresa?

SI NO

2.- ¿Las condiciones de iluminación, ruido y ventilación de su área de trabajo, contribuyen favorablemente en la atención al cliente?

EXCELENTE

BUENA

MALA

REGULAR

3.- ¿La motivación influye en su relación con sus compañeros?

SIEMPRE

A VECES

NUNCA

4.- ¿Cuándo le asignan una tarea específica, cree usted que la motivación influye para cumplir con lo encomendado?

SIEMPRE
A VECES
MUY POCO

5.- ¿Cómo lo motiva la empresa para premiar su buen desempeño?

REGALOS
DÍAS LIBRES
REMUNERACIÓN

6.- ¿Considera usted que la empresa debería motivar a sus colaboradores con capacitaciones?

SIEMPRE
CASI SIEMPRE
A VECES
NUNCA

7.- ¿Cree usted que su Jefe motiva al personal a su cargo con gestos o palabras emotivas?

SIEMPRE
A VECES
POCO

8.- ¿Considera Ud. que la empresa motiva con oportunidades de asenso?

SI **NO**

9.- ¿En ocasiones ha manifestado a su Jefe el no sentirse motivado con el trabajo que realiza?

SIEMPRE
A VECES
NUNCA

10.- ¿Qué cree usted que ocasione el plan de Estrategias Motivacional para la Microempresa?

MEJORA EL DESARROLLO COMO EMPRESA
INCREMENTO DE VENTA
AUMENTA LOS BENEFICIOS

CAPITULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En este capítulo se da a conocer los Instrumentos de Investigación Descriptiva que se ejecutó a los colaboradores del área de mantenimiento, las herramientas de recolección de datos que se realizó con la autorización del gerente.

Para llevar a cabo este análisis se desarrolló los contenidos del marco teórico juntos con las variables de investigación en la cual se realizó encuestas, entrevistas, con la finalidad de obtener las causas que desmotivan a los colaboradores; para así aplicar estrategias motivacionales para mejorar la mala atención al cliente.

En la encuesta que se realizó a los colaboradores también se relaciona el método correlacional ya que se estudia las dos variables; aquí se representan los cuadros, gráficos con sus respectivos análisis e interpretación para dar a conocer los resultados que se obtuvo.

ENCUESTA

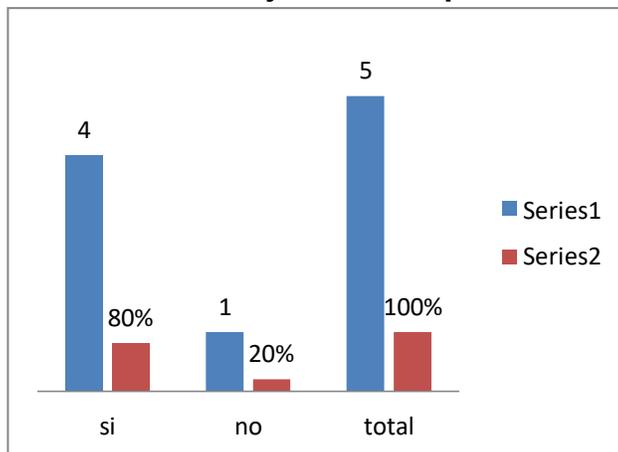
1.- ¿Se siente motivado de trabajar en la empresa?

Cuadro# 3 Se siente motivado

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	80%
NO	1	20%
TOTAL	5	100%

Elaboración: Investigadora

Gráfico # 1 Trabajar en la Empresa



Elaboración: Investigadora

Interpretación: El 80% considera que la motivación influye en su desempeño, por lo tanto mejorará el servicio al cliente; los que contestaron no, ósea el 20 %, asumen que el trabajo es su deber. Con respecto a los resultados es importante fomentar la cultura de la motivación por medio de los reconocimientos, elogios e incentivos.

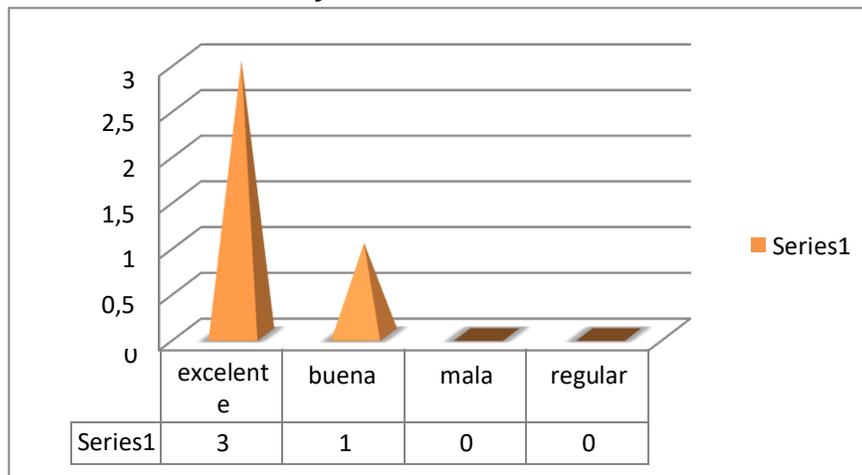
2.- ¿Las condiciones de iluminación, ruido y ventilación de su área de trabajo, contribuyen favorablemente en la atención al cliente?

Cuadro # 4 Condiciones área de Trabajo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	3	75%
BUENA	1	25%
MALA	0	0%
REGULAR	0	0%
TOTAL	4	100%

Elaboración: Investigadora

Gráfico # 2 Contribuyen favorablemente en la Atención al Cliente



Elaboración: Investigadora

Interpretación: El 75% afirma que las condiciones de trabajo son favorables, se refiere a un buen ambiente con todas sus instalaciones para laborar en ella, el 25% informa que es buena, de acuerdo a los resultados obtenidos es importante llevar una cultura donde todos cumplen con sus funciones y en ellos está el servicio que demos al cliente.

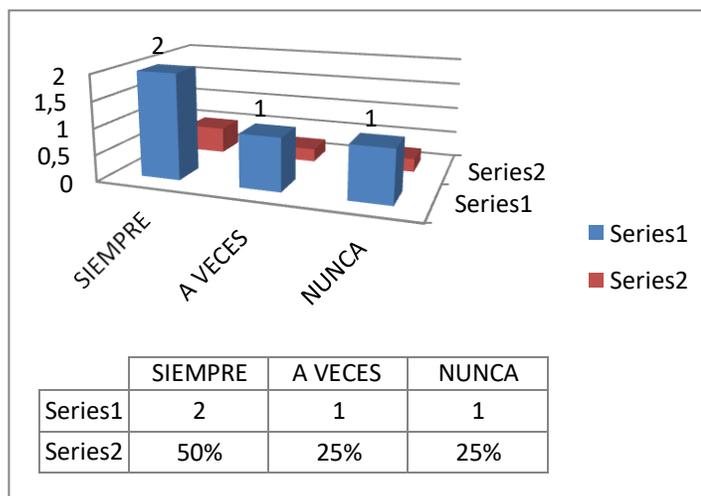
3.- ¿La motivación influye en su relación con sus compañeros?

Cuadro # 5 La motivación influye

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	2	50%
A VECES	1	25%
NUNCA	1	25%
TOTAL	4	100%

Elaboración: Investigadora

Gráfico # 3 Relación con sus compañeros



Elaboración: Investigadora

Interpretación: El 50% afirma que siempre influye mucho en la relación con sus compañeros, para ellos la integración es importante, el 25% indica a veces, el 25% informa nunca, de acuerdo con el resultado la motivación entre equipo de trabajo es indispensable para alcanzar las metas propuestas el cual les va a permitir a fortalecer su rendimiento, y adaptarse a los cambios.

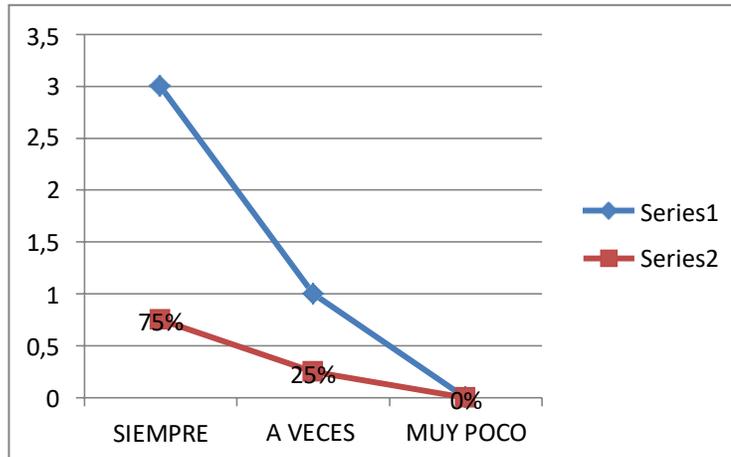
4.- ¿Cuándo le asignan una tarea específica, cree usted que la motivación influye para cumplir con lo encomendado?

Cuadro # 6 Tarea Especifica

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	3	75%
A VECES	1	25%
MUY POCO	0	0%
TOTAL	4	100%

Elaboración: Investigadora

Gráfico # 4 Cumplir con lo encomendado



Elaboración: Investigadora

Interpretación: El gráfico muestra que el 75% influye mucho la motivación al cumplir sus tareas, el 25% demuestra que no es necesario, ósea con respecto a los resultados el colaborador quiere que se vea reflejado su trabajo, la atención que brinda, con ello va de la mano su protocolo.

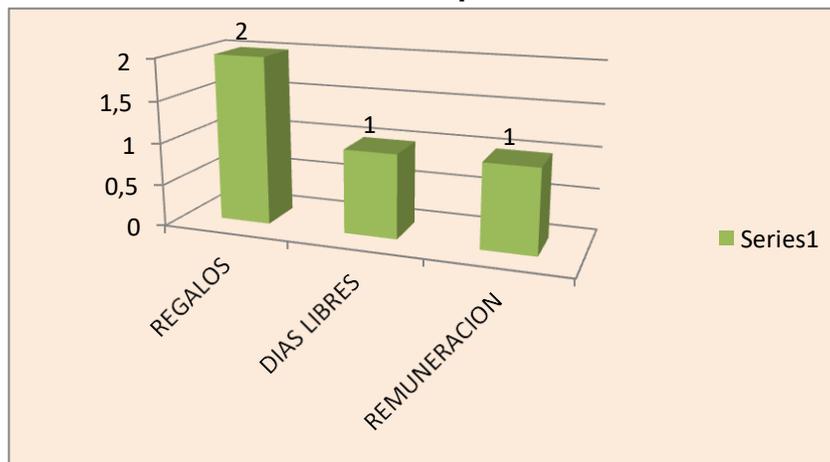
5.- ¿Cómo lo motiva la empresa para premiar su buen desempeño?

Cuadro # 7 motiva la empresa

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
REGALOS	2	50%
DIAS LIBRES	1	25%
REMUNERACION	1	25%
TOTAL	4	100%

Elaboración: Investigadora

Gráfico # 5 Premiar su Desempeño



Elaboración: Investigadora

Interpretación: El 50% comenta que se los motiva con regalos, el 25% indica días libres, el 25% afirma remuneración, es decir siempre es fundamental el reconocimiento de sus labores, cada colaborador aporta para llegar a cumplir sus metas, y necesidades personales.

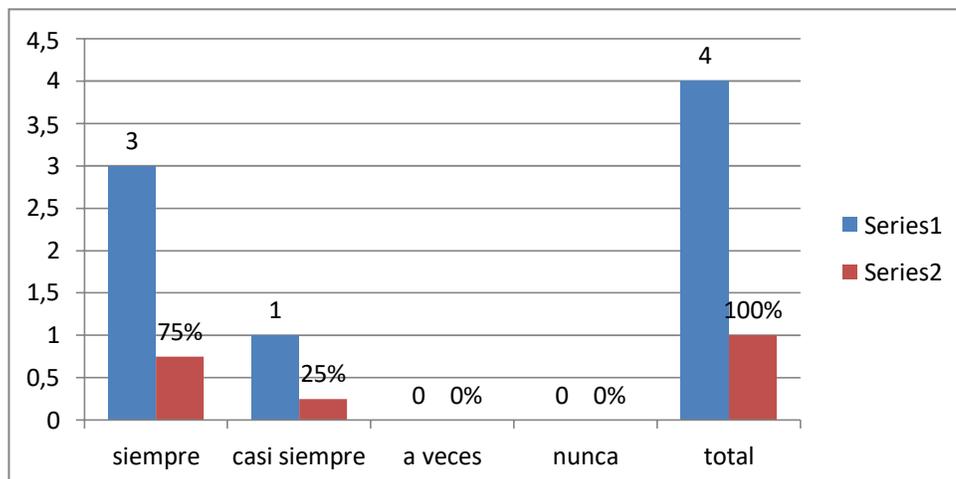
6.- ¿Considera usted que la empresa debería motivar a sus colaboradores con capacitaciones?

Cuadro # 8 Motivación a sus Colaboradores

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	3	75%
CASI SIEMPRE	1	25%
A VECES	0	0%
NUNCA	0	0%
TOTAL	4	100%

Elaboración: Investigadora

Gráfico # 6 Colaborador capacitado



Elaboración: Investigadora

Interpretación: El 75% afirma que si se debería de dar capacitaciones para mantener motivados a los colaboradores, el 25% indica que no es necesario realizarlo, de acuerdo con el resultado se debe aplicar estrategias motivacionales para desarrollo de habilidades, destrezas, conocimientos, basados a programa que mejoren la Atención al Cliente.

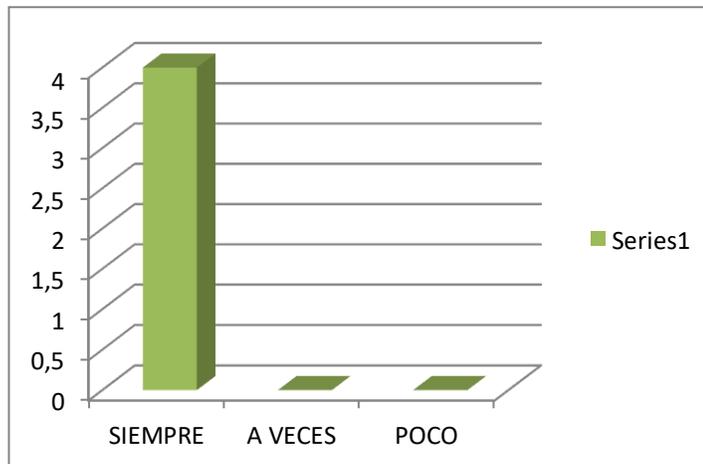
7.- ¿Cree usted que su Jefe motiva al personal a su cargo con gestos o palabras emotivas?

Cuadro # 9 Motivación del Jefe

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	4	100%
A VECES	0	0%
POCO	0	0%
TOTAL	4	100%

Elaboración: Investigadora

Gráfico # 7 Personal a su cargo con gestos o palabras emotivas



Elaboración: Investigadora

Interpretación: El 100% indica que si son motivados por su jefe a cargo, con palabras positivas, agradecimientos, esto garantiza mantenerlos siempre motivados en alto su rendimiento; en sentirse comprometidos con ellos mismos, siendo parte importante de la empresa.

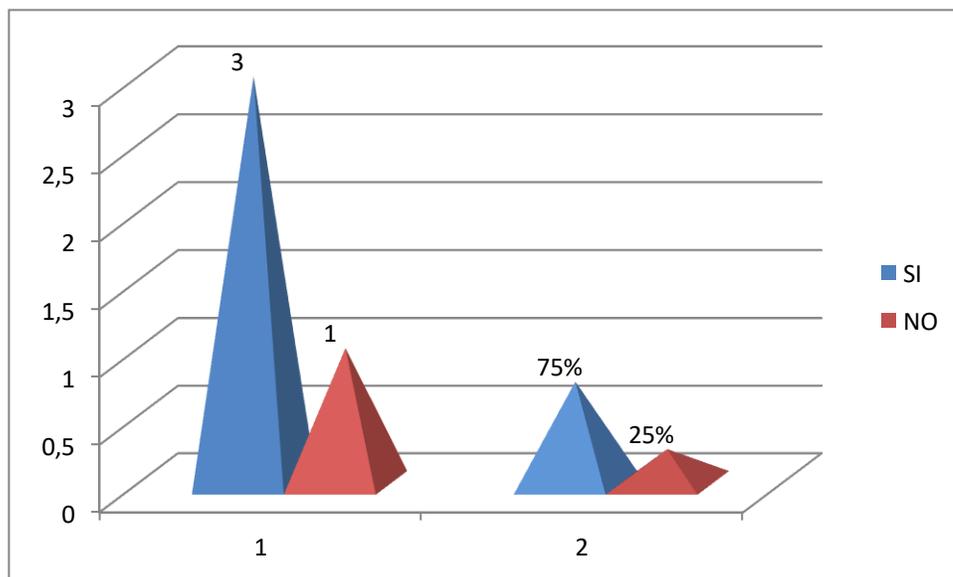
8.- ¿Considera Ud. que la empresa motiva con oportunidades de asenso?

Cuadro # 10 La empresa motiva

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	75%
NO	1	25%
TOTAL	4	100%

Elaboración: Investigadora

Gráfico # 8 Oportunidades de Asenso



Elaboración: Investigadora

Interpretación: El 75% considera que la empresa si ofrece oportunidades de asensos, el 25% es no, de acuerdo al resultado las empresas evalúan las capacidades que tiene cada colaborador, sentido de pertenencia, y participación, para asumir nuevos retos dentro de la organización.

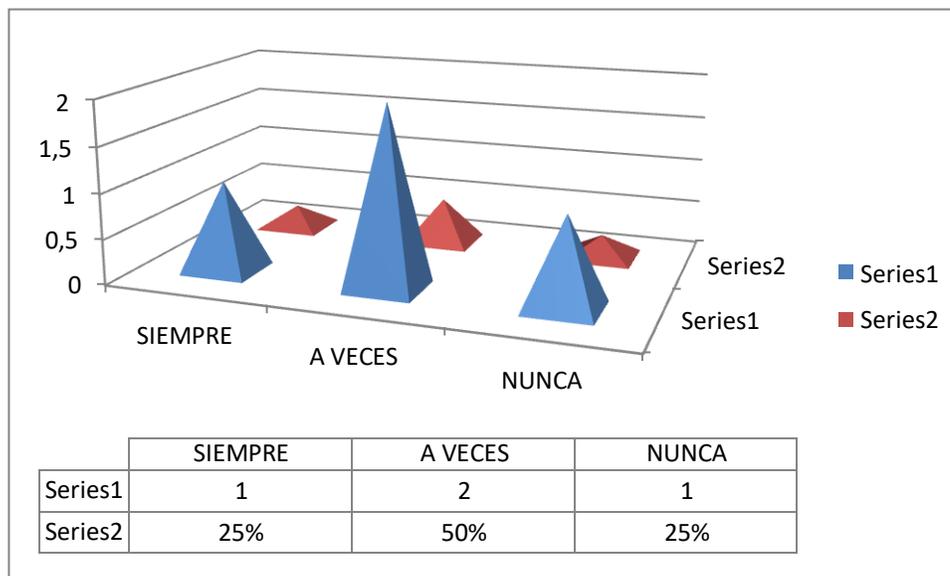
9.- ¿En ocasiones ha manifestado a su Jefe el no sentirse motivado con el trabajo que realiza?

Cuadro # 11 No sentirse motivado con el Trabajo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	1	25%
A VECES	2	50%
NUNCA	1	25%
TOTAL	4	100%

Elaboración: Investigadora

Gráfico # 9 Trabajo que realiza



Elaboración: Investigadora

Interpretación: El 50% comenta a veces porque no tenido oportunidad para comunicarse con el sobre cierto motivos, el 25% indica siempre, el 25% afirma nunca, al revisar los resultados.

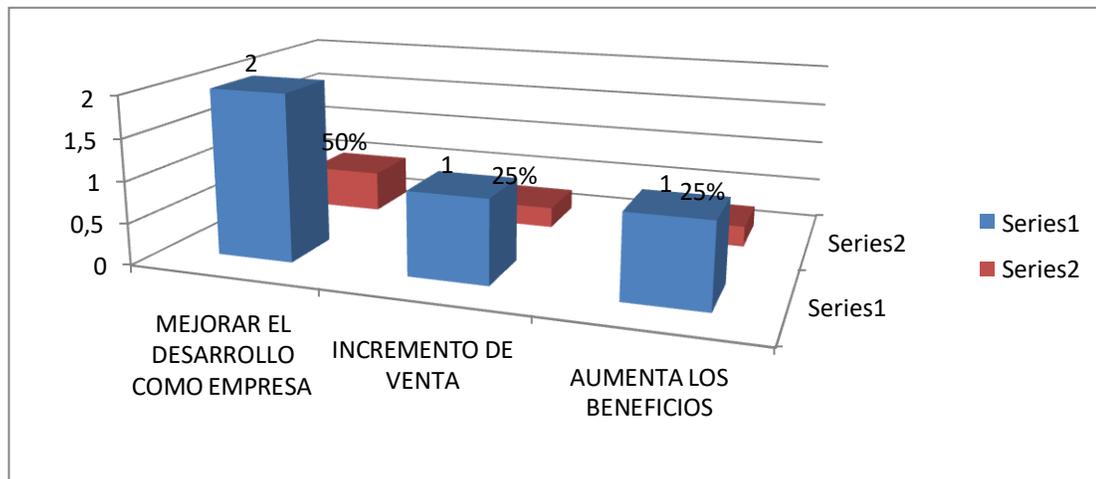
10.- ¿Qué cree usted que ocasione el Plan de Estrategias Motivacional para la Microempresa?

Cuadro # 12 Plan de Estrategia Motivacional

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MEJORA EL DESARROLLO COMO EMPRESA	2	50%
INCREMENTO DE VENTA	1	25%
AUMENTA LOS BENEFICIOS	1	25%
TOTAL	4	100%

Elaboración: Investigadora

Gráfico # 10 La Microempresa



Elaboración: Investigadora

Interpretación: El 50% afirma que mejora el desarrollo de la empresa, el 25% indica que incrementa las ventas, el 25% aumenta los beneficios, los resultados obtenidos garantiza que aplicando estrategia motivacional el servicio mejoraría, la productividad, el reconocimiento a los colaboradores.

ENTREVISTA

Cuestionario para medir el Impacto de las Estrategias motivacionales por parte del Gerente a sus colaboradores

Objetivo: Diagnosticar el grado de motivación por parte de los colaboradores para la aplicación de Estrategias Motivacionales.

Fecha: 04/11/2015

Puesto: Gerente

1.- ¿Cuál es la situación motivacional Actual de su Empresa?

Se considera un estado bueno, en ambas parte por cuanto el crecimiento económico va a la mano con las aptitudes del personal y el acrecentamiento de sus conocimientos en la aplicación de sus deberes, haciendo así una efectividad en la ejecución de la obra, asumiendo los errores y enmendándolos.

2.- ¿Qué Estrategias aplica para motivar a sus trabajadores?

Compensándolos económicamente por el cumplimiento de metas adquiridas, fomentando un buen clima laboral, en un entorno de valores y organización jerárquica.

3.- ¿Qué indicadores refleja la satisfacción de sus clientes?

La confianza que ellos nos brindan en generar esos lazos de asistencias técnicas, no prefiriendo a otros y recomendándonos con terceros. Además, nos permiten que nosotros llevemos el control y evaluación de sus equipos.

4.- ¿Cuenta con un programa motivacional para fidelizar a los clientes?

Por el momento no hay un programa específico como tal; pero lo hacemos de una manera indirecta, tales como: el servicio de mantenimiento le incluimos cierta asistencia sin costo para crear una garantía responsable de la cual no se sienta afectado el cliente, cubriendo sus expectativas y exigencias.

Análisis: Según la encuesta realizada al Gerente de la Microempresa “RODECH”, el considera que su situación actual en la empresa es buena en cuanto al crecimiento económico que ha ido generando a lo largo del tiempo; dando un servicio de calidad y manteniendo relaciones perdurables con los clientes, brindando garantías, esto hace el trabajo que realiza una comunicación boca a boca.

Considerando el tema de investigación de las estrategias motivacionales para la empresa, nos indicó que los medios que el aplica para incentivar a sus colaboradores es compensándolos económicamente.

Según estadísticas realizadas la motivación de los empleados es importante, para los resultados de la empresa, existen muchos programas para mejorar la motivación, como los incentivos, reconocimiento, beneficios sociales suelen ser los más efectivos a la hora de potenciar el compromiso del empleado con la compañía.

Los resultados aportan con valor agregado en el Talento Humano, al servicio de nuestros clientes.

4.1 LA PROPUESTA

La propuesta de un Plan de Mejoras en el proceso de Estrategias motivacionales está dirigida al departamento de mantenimiento la Microempresa “RODECH”, a fin de identificar, aplicar y potencializar las habilidades, destrezas, y capacidades de cada empleado.

Como resultado de la implementación y adopción de la propuesta, se espera facilitar el desarrollo de las actividades laborales, que han incurrido en la falta de interés al momento de brindar el servicio a los clientes; es decir hacer gestión que motiven al personal.

Nuestra propuesta de mejoras se considera factible, ha contado con el apoyo y aprobación del gerente, el cual traerá beneficios a los clientes internos y externos.

4.2 PLAN DE MEJORAS

¿Qué Estrategias Motivacionales implementaría?

Diseñar un programa de estrategias motivacionales que sirva para reducir el bajo rendimiento de sus funciones con capacitaciones, que permita ofrecer un buen servicio a los clientes.

¿Por qué es importante la propuesta de mejora?

Tiene la finalidad de dar una solución sencilla y práctica, con excelente mecanismo que le permita a la empresa ser más productivas y competitivas para alcanzar las metas.

Mantener al personal motivado en su trabajo para alcanzar mayor eficiencia.

¿Cómo lograría que el personal se sienta motivado en la empresa?

Con talleres, que se interrelacionen con los demás compañeros, logrando crear valores como el respeto, honestidad, comunicación y cortesía.

¿Cuándo se implementaría el plan de mejoras en la empresa?

En el mes de Enero del 2016

¿Quiénes se beneficiaran con estas propuestas?

La Empresa y los colaboradores, adaptando nuevos cambios, además a los clientes porque se sentirán seguros de contar con el servicio de calidad técnica que le brinda la empresa, con responsabilidad y profesionalismo.

¿Dónde realizaremos el Plan Mejora?

En el departamento de mantenimiento de la Microempresa "RODECH", la cual se encuentra ubicada en las calles Oriente entre la 11^{ava} y 12^{ava}

5. CONCLUSIONES

Basados en los resultados obtenidos en el trabajo de investigación realizado al personal de la Microempresa "RODECH"

- El personal no está motivado al momento de realizar sus actividades, pues esto determina la forma en que el colaborador percibe su ambiente laboral, bajando el rendimiento, productividad y satisfacción.
- Los empleados calificaron que la relación con sus compañeros y jefe es buena, y que se sienten satisfecho en el puesto de trabajo; contribuyendo al mejoramiento continuo de los servicios.
- También se relacionó que no reciben capacitaciones, que los orienten a donde se puede llegar si el personal está motivado.
- Otras de las causas que afecta es el favoritismo que se refleja en los compañeros.
- Reconocer el trabajo de los colaboradores es necesario, ya que así podrían sentirse valorados y recompensados; y denotaran que su esfuerzo valió la pena.
- Destacar que una buena motivación, siempre mejora el desempeño físico e intelectual del trabajador.
- Demostrar que en todos los ámbitos de la vida humana interviene la motivación, como mecanismo para lograr objetivos y alcanzar metas.
- Motivar es una clave de éxito en las empresas moderna.
- Destacar que esta investigación encierra un gran valor a nivel personal, con el resultado obtenido del análisis e interpretación de lo adquirido.

6. RECOMENDACIONES

De acuerdo con las conclusiones anteriores se recomienda lo siguiente.

- Involucrar al personal en la toma de decisiones de acuerdo a su capacidad.
- Tenemos que crear una cultura de trabajo, en que el factor importante sea el afán de superación de cada uno de los colaboradores.
- Realizar talleres de motivación, que cambien su manera de pensar y que les ayude asumir nuevos cambios en su vida familiar como laboral.
- Se recomienda hacer seguimiento dentro de la empresa que se cumplan a cabalidad, el servicio al cliente.

La coordinación en el departamento es importante, se debe establecer una mejora en conocimientos y en constante capacitación, el tema de la motivación juega un papel muy importante lograr los objetivos.

7. BIBLIOGRAFÍA

(S.F.). OBTENIDO DE [HTTP://WWW.ACADEMIA.EDU.COM](http://www.academia.edu.com)

(SKINNER.)CATARINA.UDLAP. (S.F.). RECUPERADO EL 19 DE JUNIO DE 2015, DE [HTTP://WWW.MONOGRAFIAS.COM](http://www.monografias.com)

ALDERFER. (S.F.). RECUPERADO EL 19 DE JUNIO DE 2015, DE [HTTP://WWW.MOTIVACIONLABORAL.COM](http://www.motivacionlaboral.com)

CAMBIO), T. (. (S.F.). [WWW.GESTIONDEL CAMBIO.COM](http://www.gestiondelcambio.com). RECUPERADO EL 15 DE JUNIO DE 2015, DE [HTTP://WWW.MOTIVACIONLABORAL.COM](http://www.motivacionlaboral.com)

CANDO, G. (2000). RECUPERADO EL 20 DE JUNIO DE 2015, DE [HTTP://WWW.ESTRATEGIASMOTIVACIONALES.COM](http://www.estrategiasmotivacionales.com)

DELGADO. (1998). RECUPERADO EL 16 DE JUNIO DE 2015, DE [HTTP://WWW.MONOGRAFIAS.COM](http://www.monografias.com)

ESPADA(2006). (2006). [WWW.GOOGLE.COM](http://www.google.com). RECUPERADO EL 18 DE 06 DE 2015, DE [WWW.GOOGLE.COM](http://www.moografias.com): [HTTP://WWW.MOOGRAFIAS.COM](http://www.moografias.com)

GESTOZO, G. (2000). RECUPERADO EL 23 DE 06 DE 2015, DE [HTTP://WWW.ADMINISTRACION Y FINANZAS/RECURSOSHUMANOS.COM](http://www.administracionyfinanzas.com)

GONZALES. (2007). RECUPERADO EL 21 DE 06 DE 2015, DE [HTTP://WWW.METODODE INVESTIGACION.COM](http://www.metododeinvestigacion.com)

HERNÁNDEZ, F. Y. (05 DE OCT DE 2010). [WWW.METODOLOGIADEINVESTIGACION.COM](http://www.metodologiadeinvestigacion.com). RECUPERADO EL 17 DE JUNIO DE 2015, DE [HTTP://WWW.GOOGLE.COM](http://www.google.com)

HERZBERG, F. (1923-2000). WWW.MONOGRAFIA.COM. RECUPERADO EL 22 DE JUNIO DE 2015, DE [HTTP://WWW.ADMINISTRACIONFINANZAS/RECURSOS.COM](http://www.administracionfinanzas/recursos.com)

MARTÍNEZ, B. (2001). WWW.CLIMALABORAL.COM. RECUPERADO EL 14 DE JUNIO DE 2015, DE [HTTP://WWW.GOOGLE.COM.EC](http://www.google.com.ec)

MASLOW. (S.F.). WWW.MONORAFIAS.COM. RECUPERADO EL 19 DE JUNIO DE 2015, DE [HTTP://WWW.MOTIVACIONLABORAL.GALEON.COM](http://www.motivacionlaboral.galeon.com)

RAMÍREZ, R. J. (MARZO DE 2008). WWW.SPERTAMEXICO.ORG. RECUPERADO EL 19 DE JUNIO DE 2015, DE [WWW.SPERTAMEXICO.ORG](http://www.spertamexico.org).

ROUSSELL. (2000). ESTRATEGIAS DE MOTIVACION. RECUPERADO EL 18 DE JUNIO DE 2015, DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACION: [HTTP://WWW.ROUSSEL2000.COM](http://www.rousseau2000.com)

SANDOVAL. (2004). RECUPERADO EL 21 DE 06 DE 2015, DE [HTTP://WWW.ADMINISTRACION.COM](http://www.administracion.com)

SCHULTZ. (1995). WWW.FACTOR HUMANO.COM. OBTENIDO DE [WWW.FACTORHUMANO.COM](http://www.factorhumano.com).

SKINNER., P. B. (S.F.). RECUPERADO EL 14 DE JUNIO DE 2015, DE [HTTP://WWW.GOOGLE.COM.EC](http://www.google.com.ec)

SOTO. (2004). WWW.DRANANCY.COM. RECUPERADO EL 20 DE JUNIO DE 2015, DE [HTTP://WWW.MOTIVACION.COM](http://www.motivacion.com)

WWW.MOTIVACION.COM. (S.F.). RECUPERADO EL 16 DE JUNIO DE 2015, DE [HTTP://WWW.MOTIVACION.COM](http://www.motivacion.com)

CECCHINI, J. A., GONZÁLEZ, C., & CONTRERAS, O. (2004). RELACIONES ENTRE CLIMA MOTIVACIONAL, LA ORIENTACIÓN DE META, LA MOTIVACIÓN INTRÍNSECA, LA AUTO-CONFIANZA, LA ANSIEDAD Y EL ESTADO DE ÁNIMO EN JÓVENES DEPORTISTAS. PSICOTHEMA, 16(1), 104-109.

SILICEO, A. (2006). CAPACITACIÓN Y DESARROLLO DE PERSONAL. EDITORIAL LIMUSA.

CHIAVENATO, I. (2004). COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL. INTERNATIONAL THOMSON.

HERNÁNDEZ JUNCO, V., QUINTANA TÁPANES, L., MEDEROS TORRES, R., GUEDES DÍAZ, R., & GARCÍA GUTIÉRREZ, B. N. (2009). MOTIVACIÓN, SATISFACCIÓN LABORAL, LIDERAZGO Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DEL SERVICIO. REVISTA CUBANA DE MEDICINA MILITAR, 38(1), 0-0.

DENTON, D. K. (1991). CALIDAD EN EL SERVICIO A LOS CLIENTES. EDICIONES DÍAZ DE SANTOS.

LARREA, P. (1991). CALIDAD DE SERVICIO: DEL MARKETING A LA ESTRATEGIA. EDICIONES DÍAZ DE SANTOS.

PETER, T., & WATERMAN, R. (1982). EN BUSCA DE LA EXCELENCIA. BARCELONA: PLAZA Y JANES.

PÉREZ PEREA, L., SOLER CÁRDENAS, S. F., & DÍAZ HERNÁNDEZ, L. (2009). AMBIENTE LABORAL EN LOS POLICLÍNICOS UNIVERSITARIOS. EDUCACIÓN MÉDICA SUPERIOR, 23(2), 0-0.

RAMÍREZ, R., ABREU, J., & BADI, M. (2008). LA MOTIVACIÓN LABORAL, FACTOR FUNDAMENTAL PARA EL LOGRO DE OBJETIVOS

ORGANIZACIONALES: CASO EMPRESA MANUFACTURERA DE TUBERÍA DE ACERO. DAENA: INTERNATIONAL JOURNAL OF GOOD CONSCIENCE, 3(1), 143-185.

GUERRA, Y. (2015). LA MOTIVACIÓN COMO ESTRATEGIA DEL DOCENTE DE PRÁCTICAS EN EL PROCESO DE FORMACIÓN.

LARREA, P. (1991). CALIDAD DE SERVICIO: DEL MARKETING A LA ESTRATEGIA. EDICIONES DÍAZ DE SANTOS.

LEVIN, R. I., & RUBÍN, D. S. (1996). ESTADÍSTICA PARA ADMINISTRADORES. PRENTICE-HALL HISPANOAMERICANA.

ODDONE, M. J. (1994). LOS TRABAJADORES DE MAYOR EDAD: EMPLEO Y DESPRENDIMIENTO LABORAL. CEIL-CONICET.16

CAPDEVILAORTÍS, L., NIÑERO LA I MAYMÌ, J., & PINTANEL I BASSETS, M. (2004). MOTIVACIÓN Y ACTIVIDAD FÍSICA: EL AUTO INFORME DE MOTIVOS PARA LA PRÁCTICA DE EJERCICIO FÍSICO (AMPEF). IN REVISTA DE PSICOLOGÍA DEL DEPORTE (VOL. 13, PP. 0055-74).

IGLESIAS, A. M. (2010). CÓMO SELECCIONAR EL TAMAÑO DE UNA MUESTRA PARA UNA INVESTIGACIÓN EDUCACIONAL.

ESCAMILLA TABOADA, N., & HERNÁNDEZ MORALES, E. (2008). ESTRATEGIAS MOTIVACIONALES PARA LA CAPACITACIÓN EN LA COMPAÑÍA REAL DEL MONTE Y PACHUCA SA DE CV.

LA MOTIVACIÓN: UN FACTOR DE IMPACTO EN EL DESEMPEÑO LABORAL (SÁNCHEZ CERVANTES, GUADALUPE)

RAMÍREZ PINEDA, M. G. (2012). APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS MOTIVACIONALES PARA MEJORAR EL CLIMA LABORAL ENCAMINADO AL INCREMENTO DE RENDIMIENTO DEL RECURSO HUMANO, CASO PRÁCTICO: ÓPTICA MUNDIAL DE VERACRUZ SA DE CV.

ABASCAL GAYTAN, L. I. L. I. A. N. A. (2009). DISEÑO DE UN MODELO DE ALTO RENDIMIENTO EMPRESARIAL BASADO EN ESTRATEGIAS DE MOTIVACION PARA UNA EMPRESA FAMILIAR DE LA INDUSTRIA TEXTIL(DOCTORAL DISSERTATION).

ARA, M. J. N., & SABOYA, P. R. (2006). MÉTODOS, DISEÑOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN PSICOLÓGICA. UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA.

ARIAS, F. G. (1999). EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN. FIDIAS G. ARIAS ODÓN.

TORRES, M. A. R. I. E. L. A., PAZ, K., & SALAZAR, F. (2006). TAMAÑO DE UNA MUESTRA

WWW.ESTADISTICA.MAT.USON.MX/MATERIAL/ELMUESTREO
INVESTIGACIÓN DE MERCADO. BOLETÍN ELECTRÓNICO,

WWW.MONOGRAFIAS.COM/./MEJORA./MEJORA-CLIMA-
ORGANIZACIONAL-SATISFACCION LABORAL

RONDÓN, V., & CAROLINA, J. (2015). ESTRATEGIAS MOTIVACIONALES GERENCIALES PARA INCREMENTAR EL RENDIMIENTO LABORAL EN LA EMPRESA DAYTONA ARAGUA CA UBICADA EN LA CARRETERA NACIONAL CAGUA-LA ARIAS, A. V., MARTÍNEZ, S. R., CABANACH, R. G., PÉREZ, J. C. N., & GARCÍA, J. A. G. P. (2004). DIFERENCIAS EN EL USO DE SELF-HANDICAPPING Y PESIMISMO DEFENSIVO Y SUS RELACIONES CON LAS METAS DE LOGRO, LA AUTOESTIMA Y LAS ESTRATEGIAS DE AUTORREGULACIÓN. PSICOTHEMA, 16(4), 625-631. ENCRUCIJADA.

ANEXOS

ENTREVISTA Y ENCUESTAS



Foto n°1.- Entrevista al Gerente



Foto N° 2-3.- Encuesta a los colaboradores

REALIZACIÓN DE SUS LABORES



Foto N°5-6.-Preparación de los materiales, para dar mantenimiento aires acondicionados

ENTREVISTA A DIRECTIVO

<p>Cuestionario para medir el Impacto de las Estrategias motivacionales por parte del Gerente a sus colaboradores</p>
--

Objetivo: Obtener la Información necesaria acerca de la Empresa objeto estudio para realizar el proyecto de tesis

Fecha:_____ Puesto:_____

1.- ¿Cuál es la situación motivacional Actual de su Empresa?

2.- ¿Qué Estrategias aplica para motivar a sus trabajadores?

3.- ¿Qué indicadores refleja la satisfacción de sus clientes?

4.- ¿Cuenta con un programa motivacional para fidelizar a los clientes?

ENCUESTA A EMPLEADOS

Cuestionario para medir el Impacto de las Estrategias Motivacionales para mejorar la Atención al Cliente.

Objetivo: Conocer la opinión de los empleados del área de mantenimiento acerca de su satisfacción laboral.

Fecha: _____ Puesto: _____

1.- ¿Se siente motivado de trabajar en la empresa?

SI NO

2.- ¿Las condiciones de iluminación, ruido y ventilación de su área de trabajo, contribuyen favorablemente en la atención al cliente?

EXCELENTE

BUENA

MALA

REGULAR

3.- ¿La motivación influye en su relación con sus compañeros?

SIEMPRE

A VECES

NUNCA

4.- ¿Cuándo le asignan una tarea específica, cree usted que la motivación influye para cumplir con lo encomendado?

SIEMPRE

A VECES

MUY POCO

5.- ¿Cómo lo motiva la empresa para premiar su buen desempeño?

REGALOS

DÍAS LIBRES

REMUNERACIÓN

6.- ¿Considera usted que la empresa debería motivar a sus colaboradores con capacitaciones?

SIEMPRE

CASI SIEMPRE

A VECES

NUNCA

7.- ¿Cree usted que su Jefe motiva al personal a su cargo con gestos o palabras emotivas?

SIEMPRE

A VECES

POCO

8.- ¿Considera Ud. que la empresa motiva con oportunidades de asenso?

SI

NO

9.- ¿En ocasiones ha manifestado a su Jefe el no sentirse motivado con el trabajo que realiza?

SIEMPRE

A VECES

NUNCA

10.- ¿Qué cree usted que ocasione el plan de Estrategias Motivacional para la Microempresa?

MEJORA EL DESARROLLO COMO EMPRESA

INCREMENTO DE VENTA

AUMENTA LOS BENEFICIOS

Programa tentativo de Capacitación a la Microempresa “RODECH”

Tema: Estrategia Motivacional para mejorar la Atención al Cliente

Importancia: Influir en la Motivación de los empleados para mejorar su desempeño y clima laboral.

Objetivo: Actualizar con herramientas a cada colaborador para obtener los resultados más satisfactorios y así cubrir las necesidades de los clientes.

Tópicos: Estrategias Motivacionales

Promotora responsable: Mariela Rodríguez Echerres

Instructor: René Mantecón

Web: <http://renemantecon.com/>

Lugar: Centro de reuniones de Guayaquil

Número de Trabajadores: 5

Actividades:

Cuadro: # 13 Programa de capacitación

FECHA	TEMAS	DURACIÓN(HORAS)
11/01/2016	Motivación del equipo de trabajo	1:30
12/01/2016	Actitud mental positiva	1:30
13/01/2016	Superar la adversidad	1:30
14/01/2016	Relaciones humanas positivas(Liderazgo)	1:30
15/01/2016	Generando cambios	1:30
	Total horas	7:30

Elaboración: Investigadora

Evaluación del Evento:

- Hojas de asistencias
- Hojas de evaluación del evento

Charla -Taller de Capacitación para el área de mantenimiento

Objetivo: Incentivar a los empleados la motivación y como mejorar el servicio, con el único propósito de incrementar la productividad de la empresa.

Incluye: Materiales de Apoyo (formatos, certificados, otros)

Duración: Tiene duración de hora y media

Instructor: René Mantecón

Temas a desarrollar:

- Motivación del equipo de trabajo
- Actitud mental positiva
- Superar la adversidad
- Relaciones Humanas positivas(Liderazgo)
- Generando cambio

Fotos de Presentación:

