



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y

CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**Universidad
Andina
del Cusco**



TESIS:

**“MOTIVACIÓN LABORAL EN LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA
ADECCO EN EL AREA DE VENTAS DE SILVER LAKE S.A.C SUCCURSAL
CUSCO - 2021”**

Presentado por:

Bach. Jurado Zapata Estefani Katerin

Para optar al Título Profesional de:

Licenciada en Administración

Asesor:

Mgt. Erika C. Linares Muñoz

CUSCO – PERÚ

2022



PRESENTACIÓN

Señor Decano de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Andina del Cusco.

Señores Dictaminantes: En cumplimiento al Reglamento Específico de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, pongo a vuestra distinguida consideración la tesis intitulada “Motivación Laboral en los Colaboradores de la Empresa Adecco en el área de Ventas de Silver Lake S.A.C. sucursal Cusco - 2021”, con la finalidad de optar al título profesional de Licenciada en Administración,

Estefani Katerin Jurado Zapata



AGRADECIMIENTO

A mi madre Mariza Zapata Condori y a mi padre Navidad Jurado Valencia por el apoyo, por la confianza depositada en mí, por todo su esfuerzo que siempre realizaron por sacarme adelante.

A mi abuelita Genara Condori Ramos que siempre vivirá en nuestros corazones por cuidar de mí y mi hermana por apoyarnos en los momentos más difíciles, por su amor, por sus enseñanzas por sus recomendaciones y consejos.

A mi hermana Sheyla Jurado Zapata quien fue y es mi compañera de vida y a mis amigos y hermanos Azucena, María Fernanda, Rosa, Donny, Luis Enrique y Anny.

A la Magister Erika C. Linares Muñoz por su asesoramiento para la culminación de este trabajo de investigación quien me brindó su apoyo.



DEDICATORIA

A Dios por cuidarme e iluminar mi camino y me permitió llegar a cumplir hoy un sueño más a lado de mis seres queridos quienes siempre me brindaron sabias palabras.

A mi hermana porque siempre está conmigo, apoyándome en las buenas y malas, siempre demostrándome su amor incondicional.

Agradezco a mis docentes de la escuela profesional de administración por las enseñanzas y conocimiento inculcados durante mi formación profesional.



ÍNDICE

PRESENTACIÓN.....	2
AGRADECIMIENTO	3
DEDICATORIA	4
ÍNDICE.....	5
ÍNDICE DE TABLAS	8
INDICE DE FIGURAS.....	9
RESUMEN	10
ABSTRACT.....	11
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	12
1.1. Planteamiento del Problema	12
1.2. Formulación de Problema.....	15
1.2.1. Problema general.....	15
1.2.2. Problemas específicos	15
1.3. Objetivos de la investigación.....	15
1.3.1. Objetivo general	15
1.3.2. Objetivos específicos	15
1.4. Justificación de la investigación	15
1.4.1. Relevancia social.....	15
1.4.2. Implicancias prácticas	16
1.4.3. Valor teórico	16
1.4.4. Utilidad metodológica.....	16
1.5. Delimitación de la investigación	16
1.5.1. Delimitación Temporal	16
1.5.2. Delimitación Espacial	16



1.5.3. Delimitación Conceptual.....	17
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	18
2.1. Antecedentes de la investigación.....	18
2.1.1. Antecedentes Internacionales.....	18
2.1.2. Antecedentes Nacionales	19
2.1.3. Antecedentes Locales.....	20
2.2. Bases Legales	21
2.3. Bases Teóricas	21
2.3.1. Definición de motivación.....	21
2.3.2. Perspectivas de la motivación	22
2.3.3. Teorías de la motivación	23
2.3.4. Tensión relacionada con el trabajo.....	26
2.3.5. Relación interpersonal.....	26
2.3.6. Monotonía laboral	26
2.3.7. Factores higiénicos.....	27
2.3.8. Factores motivacionales	27
2.4. Marco conceptual	28
2.4.1. Motivación Laboral.....	28
2.4.2. Autoridad	28
2.4.3. Comportamiento.....	28
2.4.4. Comunicación	29
2.4.5. Dirección.....	29
2.4.6. Necesidad.....	29
2.4.7. Políticas.....	29
2.4.8. Respeto.....	29



2.4.9. Satisfacción laboral	30
2.5. Formulación de hipótesis.....	30
2.6. Variable de estudio	30
2.6.1. Variable.....	30
2.6.2. Conceptualización de la variable	30
2.6.3. Operacionalización de variables	31
CAPÍTULO III: MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	34
3.1. Enfoque de investigación	34
3.2. Diseño de la investigación.....	34
3.3. Alcance de la investigación.....	34
3.4. Población y muestra de la investigación	35
3.4.1. Población.....	35
3.4.2. Muestra.....	35
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	36
3.5.1. Técnica.....	36
3.5.2. Instrumento	36
3.6. Procesamiento de datos	37
CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	38
4.1. Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado.....	38
4.1.1. Presentación del instrumento	38
4.1.2. Fiabilidad del instrumento aplicado	39
4.2. Resultados de las dimensiones de la variable motivación laboral.....	39
4.2.1. Factores higiénicos.....	39
4.2.2. Factores motivacionales	44
4.3. Resultados respecto al objetivo general	49



CAPITULO V: DISCUSIÓN	52
5.1. Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos	52
5.2. Limitaciones del estudio.....	52
5.3. Comparación crítica con la literatura y los antecedentes de investigación	53
5.4. Implicancias del estudio	54
CONCLUSIONES	56
RECOMENDACIONES.....	57
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	59
ANEXOS	63

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Factores de Motivación</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 2 <i>Operacionalización de Variables</i>	31
Tabla 3 <i>Distribución de los ítems del cuestionario</i>	38
Tabla 4 <i>Descripción de la Baremación y escala de interpretación</i>	38
Tabla 5 <i>Estadísticas de fiabilidad</i>	39
Tabla 6 <i>Indicadores de la dimensión factores higiénicos</i>	40
Tabla 7 <i>Factores higiénicos</i>	41
Tabla 8 <i>Comparación promedio de los indicadores de la dimensión factores higiénicos</i>	43
Tabla 9 <i>Indicadores de la dimensión factores motivacionales</i>	44
Tabla 10 <i>Factores motivacionales</i>	46
Tabla 11 <i>Comparación promedio de los indicadores de la dimensión factor motivadores</i> ..	47
Tabla 12 <i>Motivación laboral</i>	49
Tabla 13 <i>Comparación promedio de la dimensión de la variable motivación laboral</i>	50



INDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Organigrama de la empresa Adecco</i>	33
Figura 2 <i>Indicadores de la dimensión factores higiénicos</i>	40
Figura 3 <i>Factores Higiénicos</i>	42
Figura 4 <i>Comparación promedio de los indicadores de la dimensión factores higiénicos</i>	43
Figura 5 <i>Indicadores de la dimensión factores motivacionales</i>	45
Figura 6 <i>Factores motivacioanles</i>	46
Figura 7 <i>Comparación promedio de los indicadores de la dimensión factores motivadores</i> .48	
Figura 8 <i>Motivación laboral</i>	49
Figura 9 <i>Comparación promedio de las dimensiones de la variable motivación laboral</i>	50



RESUMEN

El trabajo de investigación intitulado “Motivación Laboral en los Colaboradores de la Empresa Adecco en el Área de Ventas de Silver Lake S.A.C Sucursal Cusco – 2021”, cuyo objetivo fue describir la motivación laboral en los colaboradores de la empresa Adecco en el área de ventas de Silver Lake S.A.C sucursal Cusco – 2021. La metodología utilizada para el presente estudio obedece a un alcance de investigación descriptiva, de enfoque cuantitativo y de diseño no experimental, donde la población estuvo constituida por 100 colaboradores de la empresa Adecco del área de ventas de la empresa Silver Lake S.A.C, teniendo una muestra probabilística de 63 colaboradores. Por consiguiente, se aplicó como instrumento el cuestionario en escala Likert para el tratamiento de la información cuantitativa. Así, la presente investigación concluye que el 74.6% de los colaboradores de la empresa Adecco se encuentran en un nivel regular mientras que el 25.4% se encuentra en un nivel muy bueno. Por lo cual se puede inferir que los trabajadores del área de ventas de Silver Lake S.A.C Sucursal Cusco, se encuentran regularmente motivados, donde podría verse afectado las actividades que realizan, por tanto, los objetivos y logro de metas de la empresa.

Palabras clave: Motivación Laboral, Factores Higiénicos, Factores Motivacionales



ABSTRACT

The research work entitled "Labor Motivation in the Employees of the Adecco Company in the Sales Area of Silver Lake SAC Succursal Cusco - 2021", whose objective was to describe the labor motivation in the employees of the Adecco Company in the sales area of Silver Lake SAC Cusco branch - 2021. The methodology used for this study obeys a descriptive research scope, quantitative approach and non-experimental design, where the population consisted of 100 employees of the Adecco company from the sales area of the Silver Lake SAC company, having a probabilistic sample of 63 employees. Therefore, the Likert scale questionnaire was applied as an instrument for the treatment of quantitative information. Thus, the present research concludes that 74.6% of the employees of the Adecco company are at a regular level while 25.4% are at a very good level. Therefore, we can infer that the workers in the sales area of Silver Lake S.A.C Cusco Branch are normally motivated, where the activities they carry out could be affected, therefore the objectives and achievement of the company's goals.

Keywords: Work Motivation, Hygienic Factors, Motivating Factors



Tesis Optar Titulo Lic. Administracion 1

por Estefani Katerin Jurado Zapata

Fecha de entrega: 05-dic-2021 05:51p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1721325143

Nombre del archivo: 03.12.21_corrigoTESIS_Estefani_Jurado_Zapata.docx (308.2K)

Total de palabras: 13075

Total de caracteres: 72588



68

UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y

CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**Universidad
Andina
del Cusco**



PROYECTO DE TESIS:

**“MOTIVACIÓN LABORAL EN LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA
ADECCO EN EL AREA DE VENTAS DE SILVER LAKE S.A.C SUCURSAL CUSCO
- 2021”**

Presentado por:

Bach. Jurado Zapata Estefani Katerin

Para optar al Título Profesional de:

Licenciada en Administración

Asesor:

Mgt. Erika C. Linares Nuñez

CUSCO – PERÚ

2021



INFORME DE ORIGINALIDAD

23%

INDICE DE SIMILITUD

22%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

7%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

www.starmeup.com

Fuente de Internet

1%

2

repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

1%

3

docplayer.es

Fuente de Internet

1%

4

www.entrepreneur.com

Fuente de Internet

1%

5

hdl.handle.net

Fuente de Internet

1%

6

www.ceolevel.com

Fuente de Internet

1%

7

elite-formacion.blogspot.com

Fuente de Internet

1%

8

www.esan.edu.pe

Fuente de Internet

1%

9

sites.google.com

Fuente de Internet

1%





CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del Problema

Actualmente la importancia de mantener motivados a los colaboradores es esencial para las organizaciones, el capital humano es uno de los principales elementos de una organización por ende motivarlos es fundamental ya que de ella depende en gran medida el logro de objetivos planeados. Es primordial tener en cuenta los cambios en las empresas, la motivación, las relaciones y el entorno laboral puesto que son componentes básicos. Todas las compañías que mantienen un alto grado de motivación en sus empleados también tendrán mejoras al llegar a los clientes. Saber motivar a los empleados se ha convertido en un rasgo de éxito para las organizaciones ya que de ello dependerá la mayor producción laboral (Peña & Villón, 2018).

A nivel mundial, el Global Engagement Index (GEI) en su último estudio se propuso encontrar el nivel de compromiso de su equipo y las condiciones de trabajo que motivan más a los colaboradores en cada país. Lo logró por medio de una encuesta realizada a más de mil trabajadores en 13 países. Los resultados del estudio demuestran que muy pocos colaboradores están realmente comprometidos con su empresa y su puesto. Los países con mayor porcentaje de personas totalmente motivadas (fully engaged, en inglés) son Estados Unidos y China, con 19 %, seguidos de India, con 17 % y Brasil, con 16 % en Italia, Australia, Gran Bretaña y Alemania empatan con México en el cuarto lugar, con 14 %. Los trabajadores poseen compromiso para llegar a las metas de su empresa, siendo la misión y los valores de la empresa fundamental para su desempeño. Por otro lado, el apoyo grupal también es importante protegiéndose los unos a otros de amenazas externas (Evia, 2015).

Desde el enfoque nacional se puede evidenciar que el desarrollo tecnológico, el ingreso de nuevos profesionales al mercado laboral y los constantes cambios en la economía mundial han hecho que la calidad de vida laboral se vea afectada. Un estudio realizado por Gallup detalla que solo el 15 % de los colaboradores se siente entusiasmado por el futuro de sus



compañías, cifras que reflejan la falta de motivación laboral dentro de una empresa. Asimismo, el Perú ha sido uno de los países con mayor índice de rotación laboral en toda Latinoamérica, con un promedio de 20 %, según un informe de Price Waterhouse Coopers (PWC) (ESAN, 2019). Por otra parte, Adecco es una empresa líder en la gestión humana, la cual, diariamente ayuda a 700.000 mil personas a encontrar empleo por medio de sistema de redes. Presente en Perú hace 20 años donde se integra con diferentes empresas en el área de Recursos Humanos (Adecco Perú , 2021).

Por consiguiente, la empresa Silver Lake S.AC., la cual se dedica a la distribución y comercialización de bebidas gasificadas y no gasificadas, néctares de fruta y agua mineral, empresa asociada del Grupo Industria San Miguel que cuenta con 3 centros operativos en la sucursal Cusco (Abancay, Puno y Cusco) sostienen una alianza estratégica con ADECCO especialmente en su área de ventas. Durante la etapa de la observación se identificó que los colaboradores de esta área presentan diferentes tipos de problemáticas, en su mayoría referidas a la motivación laboral. En referencia a los factores higiénicos, los colaboradores del área de ventas llegan a evidenciar que dentro del factor económico; el salario es poco atractivo según su propia apreciación y existe tensión debido a que se labora en base a comisiones por lo que hay presión por alcanzar sus objetivos y cuotas mensuales anhelando un incremento de sueldo; en cuanto a las condiciones físicas de trabajo los colaboradores realizan trabajo en campo por lo que están expuestos a contagiarse de la Covid 19, influencias, etc., y las condiciones climáticas muchas veces no son favorable para el desarrollo eficiente de sus funciones, se evidencia que los colaboradores desconocen el reglamento interno de trabajo, políticas y procedimientos de Adecco documentos que son comunicados y enviados a través de su correo electrónico en conjunto con el contrato inicial y muchas veces no es tomado en cuenta por los colaboradores, por otra parte, el factor social se ha visto afectado con la llegada de la pandemia, antes era habitual las reuniones, actividades de integración y celebraciones por parte de



Adecco, a la fecha se realizan reuniones únicamente laborales o de coordinación con grupos muy reducidos con todos los protocolos de bioseguridad, esto conlleva a la limitada comunicación entre compañeros y jefaturas directas así también la poca identificación con la empresa, Además, se debe de considerar que no es necesario poseer títulos ni especialización para el puesto, solo demostrar 3 meses de experiencia para obtener el estatus de gestor de ventas, lo que repercute en una alta rotación de los mismos.

Con referencia a los factores motivacionales el trabajo es poco estimulante por ser rutinario siguiendo un trayecto seleccionado para cumplir sus funciones de ventas, promoción y publicidad de los productos de la empresa lo que causa monotonía y pesadez en el trabajo, en cuanto a la oportunidad de crecimiento profesional es limitada debido a que el organigrama de Adecco para el área de ventas consta de 4 niveles jerárquicos siendo casi imposible ascender generando un bajo espíritu competitivo en los colaboradores. Asimismo, los reconocimientos al mejor gestor del mes, el cumplimiento de sus metas periódicas y felicitaciones por onomástico no son considerados por parte de Adecco. Por lo tanto, los colaboradores sienten que no existe reconocimiento sobre el buen trabajo que puedan realizar, de igual modo se les otorga poca libertad e independencia para que puedan programar sus labores ya que las funciones del puesto están definidas.

De seguir con la problemática en los aspectos mencionados puede verse afectada notablemente la motivación de los colaboradores de Adecco del área de Ventas de la empresa Silver Lake S.A., impactando sobre el rendimiento de los trabajadores y con el cumplimiento de metas y objetivos organizacionales, del mismo modo surge la necesidad de conocer el grado de motivación de los colaboradores.



1.2. Formulación de Problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo es la motivación laboral en los colaboradores de la empresa Adecco en el área de ventas de Silver Lake S.A.C., sucursal Cusco – 2021?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cómo son los factores higiénicos o ambientales en los colaboradores de la empresa Adecco en el área de ventas de Silver Lake S.A.C., sucursal Cusco – 2021?
- ¿Cómo son los factores motivacionales en los colaboradores de la empresa Adecco en el área de ventas de Silver Lake S.A.C., sucursal Cusco – 2021?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Describir la motivación laboral en los colaboradores de la empresa Adecco en el área de ventas de Silver Lake S.A.C sucursal Cusco – 2021.

1.3.2. Objetivos específicos

- Conocer cómo son los factores higiénicos o ambientales en los colaboradores de la empresa Adecco en el área de ventas de Silver Lake S.A.C sucursal Cusco – 2021.
- Conocer cómo son los factores motivacionales en colaboradores de la empresa Adecco en el área de ventas de Silver Lake S.A.C sucursal Cusco – 2021.

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1. Relevancia social

El presente trabajo de investigación tiene relevancia social ya que beneficiará a la organización y colaboradores de la empresa Adecco, al ser una información significativa se podrá tomar decisiones en relación a la motivación laboral.



Este estudio es conveniente porque sirvió para brindar estrategias de mejora en la motivación de los colaboradores de la empresa Adecco del área de ventas de Silver Lake S.A.C.

1.4.2. Implicancias prácticas

El trabajo de investigación tiene implicancias prácticas pues brinda recomendaciones que ayuda a resolver el principal problema como la falta de motivación laboral en los colaboradores de la empresa Adecco en el área de ventas Silver Lake S.A.C.

1.4.3. Valor teórico

La relevancia de la investigación desde el punto de vista teórico, se fundamenta en el análisis de la teoría general de administración de recursos humanos especialmente en la motivación (teoría de la motivación) La investigación es un referente para futuros estudios que se realicen sobre la motivación laboral en las organizaciones

1.4.4. Utilidad metodológica

El trabajo de investigación hizo uso de métodos, procedimientos, técnicas así mismo se construyó un instrumento específico para la variable motivación, que podrán ser utilizados por otras investigaciones.

1.5. Delimitación de la investigación

1.5.1. Delimitación Temporal

Se realizó en el periodo correspondiente al año 2021, específicamente como lo indica el cronograma de actividades.

1.5.2. Delimitación Espacial

Este estudio es conveniente porque sirvió para brindar estrategias de mejora en la motivación de los colaboradores de Adecco del área de ventas de la empresa Silver Lake S.A.C.



1.5.3. Delimitación Conceptual

El presente trabajo de investigación definió conceptos concernientes a la motivación laboral, factores higiénicos y factores motivacionales.



CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. *Antecedentes Internacionales*

Lagos (2016) en la tesis “La motivación laboral y su incidencia en el desempeño organizacional en empresas Copelec.”, realizada en la Universidad del Bío, Chile, 2016, tuvo como objetivo: Analizar los factores motivacionales en empresas Copelec según la teoría de motivación e higiene de Herzberg, arribó a las siguientes conclusiones:

Se concluyó que las herramientas gerenciales son instrumentos que facilitan al directivo o gerente, la planeación, administración, dirección, control y evaluación de una organización y sus procesos, e impulsan la optimización de recursos y el desarrollo de una gestión eficiente, que permitan alcanzar los logros establecidos en búsqueda continua del más alto desempeño posible. A continuación, se proponen un conjunto de herramientas político –gerenciales, que se espera que el directorio de la Empresa considere aplicar a sus colaboradores para mejorar la motivación y por ende la productividad en la misma, y así conseguir que los empleados satisfagan los factores motivacionales e higiénicos que plantea Herzberg en su Teoría de la Motivación

Cadena (2019) en la tesis “La motivación y su relación con el desempeño laboral en la empresa Envatub S.A. de la provincia de Pichincha”, realizada en la Universidad Rafael Landivar, Ecuador, 2019, tuvo como objetivo: Analizar la relación entre la motivación y el desempeño laboral en los operarios de la empresa Envatub S.A. de la provincia de Pichincha, debido a la existencia de factores motivacionales internos y externos inadecuados en dicha empresa que afectan a la organización como son: el fracaso, la poca tolerancia, la desconfianza, el incumplimiento del trabajo, entre otros, arribo a las siguientes conclusiones:



Se concluyó que, para la motivación laboral, los resultados de la aplicación del

Para la motivación laboral, los resultados de la aplicación del cuestionario MbM gestión por motivación, indican que los trabajadores mantienen las necesidades de protección y seguridad, de autoestima y autorrealización en un rango medio mientras que las necesidades sociales y de pertenencia manifiestan un rango bajo; con respecto al desempeño laboral en la evaluación de desempeño por competencias, el personal presentó un alto rango en la competencia de la calidad del trabajo y un rango regular en las competencias liderazgo y trabajo en equipo. Se concluye que sí existe una posible relación entre la motivación y el desempeño laboral.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Soto (2019) en la tesis “La motivación y su relación en el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Sentinel Perú S.A”, realizada en la universidad Esan, Lima, 2019, tuvo como objetivo: Describir la motivación y su relación en el desempeño laboral en los colaboradores de una empresa en Lima, arribo a las siguientes conclusiones:

Los trabajadores de la empresa Sentinel Perú S.A consideran que están levemente de acuerdo con el trabajo realizado y en desacuerdo en pensar que el trabajo que realizan no tiene sentido. En ese sentido, existe motivación en los trabajadores en poner esfuerzo en su trabajo. En función a todos los trabajadores se considera que su motivación se basa en la regulación introyectada.

Rivera (2019) en la tesis “Relación entre motivación laboral y retención de empleados del área de operaciones de una empresa aseguradora de Lima”, realizada en la Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, 2019, tuvo como objetivo: Describir la motivación laboral y las estrategias para retener a los empleados que pasan a ser puntos



clave para una mayor eficiencia y eficacia en la organización, arribo a las siguientes conclusiones:

Se concluyó que la motivación laboral viene a ser un factor fundamental para que se llegue a retener a los empleados de la misma empresa. Por tal motivo, es que se llega a determinar la existencia de la relación positiva entre la motivación laboral y la retención de los empleados. Se llegó a obtener como resultado, la relación significativamente positiva entre las mismas variables, Es por estas razones, que la relación existente llega a ser significativa y se puede confirmar la hipótesis planteada.

2.1.3. Antecedentes Locales

Cjuro y Apaza (2019) en la tesis “Motivación y satisfacción laboral del personal administrativo en la municipalidad distrital de Oropesa - 2019”, realizada en la universidad Andina del Cusco, 2019, tuvo como objetivo: Determinar la relación de la motivación y la satisfacción laboral del personal administrativo de la municipalidad distrital de Oropesa, arribo a las siguientes conclusiones:

Se concluyó que a partir de los resultados obtenidos que la motivación se relaciona con la satisfacción laboral del personal administrativo de dicha entidad. También que la motivación es fundamental para que los colaboradores realicen un mejor desempeño de sus funciones y por ende se sientan satisfechos laboralmente, se puede asegurar mientras mayor sea la motivación se lograra una mayor satisfacción laboral del personal administrativo.

Huanca (2020) en la tesis “Motivación laboral en docentes de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Andina del Cusco, 2017”, realizada en la universidad Andina del Cusco, 2017, tuvo como objetivo: Identificar y describir el nivel de motivación laboral en docentes de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Andina del Cusco, 2017, arribo a las siguientes conclusiones:



Se evidenció que en los docentes de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Andina del Cusco existe un alto nivel de motivación laboral significando esto que los docentes desarrollan grandes esfuerzos para el cumplimiento de objetivos organizacionales. El análisis chi-cuadrado indica que no existe diferencia entre el nivel de motivación y condición laborales. Por lo que se puede concluir que ambas variables son independientes. El tiempo de servicio no influye en la motivación laboral. No existe diferencia de motivación laboral entre sexo masculino y femenino, ya que ambos presentan un alto nivel de motivación

2.2. Bases Legales

- Decreto Legislativo N° 728 Ley del fomento del empleo.
- Decreto Supremo N° 002-97-TR Ley de Formación y Promoción laboral.
- Decreto Supremo N° 003-97-TR Ley de Productividad y Competitividad laboral.
- Decreto Supremo N° 001-96-TR Reglamento de Ley de fomento al empleo.
- Ley N°. 29245 ley que Regula los Servicios de Tercerización.
- Decreto Legislativo N° 1038 Ley que regula los servicios de tercerización.
- Decreto Supremo N° 006-2008-TR Aprueban el Reglamento de la ley N° 29245 y del decreto legislativo N° 1038, que regulan los servicios de tercerización.

2.3. Bases Teóricas

2.3.1. Definición de motivación

“Definen a la motivación como un proceso por el cual los individuos, realizan diferentes actividades, diferentes esfuerzos para el cumplimiento de diferentes objetivos en la búsqueda de alcanzar algún tipo de necesidad” (Peña & Villón, 2018)

La motivación es un aspecto de enorme relevancia en las diversas áreas de la vida, entre ellas la educativa y la laboral, por cuanto orienta las acciones y se conforma así en un elemento central que conduce lo que la persona realiza y hacia qué objetivos se dirige.



Entonces acuerdo con Santrock (2002), la motivación “implica procesos que activan, dirigen y sostienen la conducta” (p. 390).

Trechera (2016) explica que, etimológicamente, el término motivación procede del latín motus, que se enlaza con todo aquello que moviliza a la persona para ejecutar una actividad. De esta manera, se puede definir la motivación “como el proceso por el cual el sujeto se plantea un objetivo, utiliza los recursos adecuados y mantiene una determinada conducta, con el propósito de lograr una meta”.

2.3.2. *Perspectivas de la motivación*

De acuerdo con Santrock (2002), existen tres posiciones relevantes respecto de la motivación: la conductista, la humanista y la cognitiva. La conductista subraya el papel de las recompensas en la motivación, la humanista en las capacidades del ser humano para desarrollarse y la cognitiva enfatiza en el poder del pensamiento.

A. Perspectiva conductual

“Esta perspectiva señala que las recompensas externas y los castigos son centrales en la determinación de la motivación de las personas” (Santrock J. , 2002). Las recompensas son eventos positivos o negativos que pueden motivar el comportamiento. Los que están de acuerdo con el empleo de incentivos recalcan que agregan interés y motivación a la conducta, dirigen la atención hacia comportamientos adecuados y la distancian de aquellos considerados inapropiados.

B. Perspectiva humanista

Perspectiva humanista se enfatiza en la capacidad de la persona para lograr su crecimiento, sus características positivas y la libertad para elegir su destino y sus cualidades positivas. “Esta corriente está muy relacionada con la creencia de Abraham Maslow (1954, 1971) de que deben satisfacerse ciertas necesidades básicas antes de poder satisfacer necesidades superiores”. (Santrock J. , 2002, pág. 391)



- Fisiológicas: hambre, sed, sueño
- De seguridad: garantizar la supervivencia, como la protección ante la guerra y el crimen.
- Amor y pertenencia: seguridad, afecto y atención de los demás.
- Estima: Sentirse bien con uno mismo.
- Autorrealización: realización del potencial personal

C. Perspectivas cognitivas

“Las teorías cognitivas enfatizan que lo que la persona piensa sobre lo que puede ocurrir es importante para determinar lo que efectivamente sucede” (Ajello, 2016). El sistema cognitivo es el que recibe y envía información a los otros sistemas: afectivo, comportamental y fisiológico, además, regula el comportamiento de estos poniendo en marcha o inhibiendo ciertas respuestas en función del significado que le da a la información de la que dispone. De esta forma, las ideas, creencias y opiniones que tenga la persona sobre sí y sobre sus habilidades determinan el tipo y la duración del esfuerzo que realiza y, por tanto, el resultado de sus acciones.

2.3.3. Teorías de la motivación

A. La pirámide de Maslow

De acuerdo con la teoría de Maslow citado por Santrock (2002) las necesidades se satisfacen en el siguiente orden, primero las necesidades básicas y luego las necesidades más altas:

- Necesidades fisiológicas: se relacionan con el ser humano como ser biológico. Son las necesidades básicas para el sustento de la vida. Las personas necesitan satisfacer unos mínimos vitales para poder funcionar, entre ellos: alimento, abrigo y descanso.



- Necesidades de seguridad: son aquellas que conducen a la persona a librarse de riesgos físicos, de lograr estabilidad, organizar y estructurar el entorno; es decir, de asegurar la sobrevivencia.
- Necesidades de amor y pertenencia (sociales): como seres sociales, las personas experimentan la necesidad de relacionarse con las demás, de ser aceptadas, de pertenecer. Se relacionan con el deseo de recibir el afecto de familiares, amigos, amigas y de una pareja.
- Necesidades de estima: se relacionan con el sentirse bien acerca de sí mismo, de sentirse un ser digno con prestigio. Todas las personas tienen necesidad de una buena valoración de sí mismas, de respeto, de una autoestima positiva, que implica también la estima de otros seres humanos.
- Necesidades de autorrealización: se les conocen también como necesidades de crecimiento, de realización del propio potencial, de realizar lo que a la persona le agrada y poder lograrlo. Se relacionan con la autoestima. Entre estas pueden citarse la autonomía, la independencia y el autocontrol. (Santrock J. , 2002)

B. La teoría de Motivación-Higiene de Herzberg

“La segunda teoría motivacional que se estudiara es la teoría de motivación-higiene de Herzberg Frederick Irving Herzberg fue un renombrado psicólogo que se convirtió en uno de los hombres más influyentes en la gestión administrativa de empresas” (Pérez, 2015).

Según Pérez (2015) Herzberg propuso la «Teoría de los dos factores», también conocida como la «Teoría de la motivación e higiene». Según esta teoría, las personas están influenciadas por dos factores:



La satisfacción es principalmente el resultado de los factores de motivación. Estos factores ayudan a aumentar la satisfacción del individuo, pero tienen poco efecto sobre la insatisfacción.

La insatisfacción es principalmente el resultado de los factores de higiene. Si estos factores faltan o son inadecuados, causan insatisfacción, pero su presencia tiene muy poco efecto en la satisfacción a largo plazo.

“Los factores higiénicos coinciden con los niveles más bajos de la necesidad jerárquica de Maslow (filológicos, de seguridad y sociales). Los factores motivacionales coinciden con los niveles más altos (consideración y autorrealización)” (Leidecker K, 1989).

C. La teoría X y la teoría Y de McGregors

McGregors citado por Socas (2020), “plantea la teoría que tiene una amplia difusión en la empresa. La teoría X supone que los seres humanos son perezosos que deben ser motivados a través del castigo y que evitan las responsabilidades.”

La teoría Y supone que el esfuerzo es algo natural en el trabajo y que el compromiso con los objetivos supone una recompensa y, que los seres humanos tienden a buscar responsabilidades.

D. La teoría motivacional de McClelland

McClelland citado por Turienzo (2016), enfoca su teoría básicamente hacia tres tipos de motivación: Logro, poder y afiliación:

Logro: Es el impulso de ser el mejor, de desmarcarse del resto, de tener éxito. Lleva a los individuos a imponerse a ellos mismos metas muy elevadas. Las personas movidas por este motivo tienen deseo de la excelencia, apuestan por el trabajo bien realizado y aceptan responsabilidades.



Poder: Necesidad de influir y controlar a otras personas y/o grupos, necesidad de ser reconocidos por estos. Habitualmente luchan por que predomine y se respeten sus ideas.

Afiliación: Deseo de tener relaciones interpersonales amistosas y cercanas, estar en contacto con los demás, prefieren el trabajo en grupo al individual.

2.3.4. Tensión relacionada con el trabajo

La tensión laboral es aquella que se produce debido a la excesiva presión que tiene lugar en el entorno de trabajo. Generalmente es consecuencia del desequilibrio entre la exigencia laboral (también propia) y la capacidad o recursos disponibles para cumplirla eficientemente. Aunque en ocasiones, también puede originarse por factores completamente ajenos al trabajador. Los síntomas pueden ir desde un ligero mal humor hasta graves depresiones, y casi siempre suelen ir acompañadas de un cierto agotamiento y debilidad física (Prevecon, 2018).

2.3.5. Relación interpersonal

Las relaciones interpersonales son aquellas interacciones recíprocas que podamos entablar con una o más personas. Son, pues, relaciones sociales que, de alguna manera, se encuentran definidas por ciertos códigos de conducta, establecidos culturalmente. De esta manera, la forma en que los profesionales guatemaltecos entablan relaciones interpersonales podrá distar mucho de la forma en que lo hacen los ingleses, pues sus referentes culturales al momento de comportarse son completamente diferentes (Telecoco Blog, 2018).

2.3.6. Monotonía laboral

Uno de los factores de riesgo en el trabajo es la monotonía laboral, que puede definirse como la repetición de intervalos muy cortos de tiempo que se realizan continuamente y pueden afectar a nuestras tareas. Esto suele darse en los trabajos en cadena, o en casos en los que el ambiente de trabajo es muy similar o cambia con poca frecuencia.



Son fases en las que se necesita una gran concentración, y al ser monótonos pueden provocarnos cansancio con antelación y llegar incluso a causar problemas psicosociales (Elite Form, 2018).

Para el trabajo de investigación se considera la teoría de Motivación-Higiene de Herzberg

2.3.7. Factores higiénicos

De acuerdo (Pérez, 2015) a los factores son los siguientes:

A. Factores económicos:

Sueldo, salario y prestaciones.,

B. Condiciones físicas del trabajo:

Factores de medio ambiente natural en el ámbito de trabajo y que aparecen de la misma forma o modificada por el proceso de producción que puede repercutir negativamente en la salud, iluminación y temperaturas adecuadas, entorno físico y seguro.

Melai (2020), “es necesario que los líderes garanticen un ambiente laboral positivo, donde se incentive el apoyo mutuo entre los integrantes”.

C. Seguridad:

“Privilegios de antigüedad, procedimientos sobre quejas, reglas de trabajo justas, políticas y procedimientos de la organización”.

D. Factor social:

“Oportunidad para relacionarse con los demás compañeros”.

E. Status:

“Títulos de los puestos. Oficinas propias, privilegios.”

2.3.8. Factores motivacionales

De acuerdo (Pérez, 2015) a los factores son los siguientes:



A.- Tareas estimulantes:

“Posibilidad de manifestar la propia personalidad y de desarrollarse plenamente”.

B.- Sentimiento de autorrealización:

“La certeza de contribuir en la realización de algo de valor”.

C.-Reconocimiento de una labor bien hecha:

“La confirmación de que se ha realizado un trabajo importante”.

D.- Sentimiento de logro:

“La oportunidad de llevar a cabo cosas interesantes”.

E.- Mayor responsabilidad:

“La consecución de nuevas tareas y labores que amplíen el puesto y brinden al individuo mayor control del mismo”.

2.4. Marco conceptual

2.4.1. Motivación Laboral

“Consiste en el proceso mediante el cual las personas, al ejecutar una actividad específica, desarrollan unas capacidades que conducen a la materialización de ciertos objetivos para satisfacer necesidades y/o expectativas” (Angel, 2020)

2.4.2. Autoridad

“Es el poder legítimo que proviene de la posición de una persona en la organización formal”. (Amitai, 1964, pág. 66)

2.4.3. Comportamiento

“Es la forma en que las personas actúan y se conducen dependiendo de las circunstancias”. (Velázquez, 2012, pág. 28)



2.4.4. Comunicación

“Comportamiento de información, ideas y sentimientos. Se le considera como el Departamento básico de interacción social ya que los demás Departamentos son posibles en la medida que existe la comunicación entre los integrantes de un grupo”. (Diccionario, 2012)

2.4.5. Dirección

“Función administrativa que sigue a la planeación y la organización. Dinamiza y pone en marcha la empresa. Se relaciona con la administración de las personas y la acción. La dirección necesita comunicación, liderazgo y motivación de las personas”. (Chiavenato, 2004, pág. 94)

2.4.6. Necesidad

Las necesidades son propias de todo organismo vivo y consisten en una sensación provocada por la idea de que nos falta algo ya sea a nivel material, orgánico o sentimental. Se trata de uno de los componentes fundamentales en la vida, no sólo humana sino también de las demás especies, es la necesidad la que lleva a que los seres vivos se movilicen en busca de objetivos que les sirvan para satisfacer aquello que consideran que precisan. (Uscanga Guevara & García Santillán, 2008).

2.4.7. Políticas

“Son reglas establecidas para dirigir funciones y garantizar su desempeño de acuerdo con los objetivos deseados” (Chiavenato, 2017, pág. 102)

2.4.8. Respeto

Capacidad para dar a los otros y a uno mismo un trato digno, franco y tolerante, y comportarse de acuerdo con los valores morales, las buenas costumbres y las buenas prácticas profesionales, y para actuar con seguridad y congruencia entre el decir y el hacer. Implica la



capacidad para construir relaciones cálidas y duraderas basadas en una conducta honesta y veraz. (Alles, 2009, pág. 166)

2.4.9. Satisfacción laboral

“Es el involucramiento en el trabajo, el cual mide el grado en que un individuo se identifica psicológicamente con su puesto de trabajo y considera que su nivel de desempeño percibido es importante para la valía personal”. (Huampa, 2017, pág. 30)

2.5. Formulación de hipótesis

La presente investigación no presenta hipótesis debido a que es un estudio de alcance descriptivo.

2.6. Variable de estudio

2.6.1. Variable

- Motivación laboral

2.6.2. Conceptualización de la variable

Motivación laboral

Amoros (2007), define la Motivación Laboral como “las fuerzas que actúan sobre el trabajador, y originan que se comporte de una manera determinada, dirigida hacia las metas, condicionados por la capacidad del esfuerzo de satisfacer alguna necesidad individual” (p. 81).



2.6.3. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de Variables

Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Definición de dimensiones	Indicadores
La motivación laboral es el conjunto de elementos tanto higiénicos como de crecimiento que brindan un panorama del trabajador. (Herzberg, 2003)	Herzberg (2003) postula que todos los individuos que trabajan en organizaciones tienen dos conjuntos de necesidades básicas: necesidades motivadoras y necesidades higiénicas. A estas necesidades se les ha llamado también satisfactorias e insatisfactorias, saciables o insaciables o también factores intrínsecos y extrínsecos.	Factores higiénicos (Insatisfacción)	Factores que contribuyen a la insatisfacción y la evitación en el trabajo. (Herzberg, 2003)	<ul style="list-style-type: none"> • Factores económicos • Condiciones físicas del trabajo • Seguridad • Factores Sociales • Estatus
		Factores motivacionales (crecimiento)	Los factores intrínsecos o motivacionales responden a la arraigada necesidad de crecimiento y logro que tienen las personas (Herzberg, 2003)	<ul style="list-style-type: none"> • Tareas estimulantes • Sentimiento de autorrealización • Reconocimiento de una labor bien hecha • Sentimiento de logro • Mayor responsabilidad

Nota. Elaboración propia

2.7. Marco institucional

2.7.1. Razón Social

Adecco Consulting S.A

- **RUC:** 20503980216
- **DOMICILIO FISCAL:** AV. Circunvalación Club Golf Nro. 208 Dpto. 301 Int. 102b urb. Club Golf Los Incas Lima - Lima – Santiago de Surco.

2.7.2. Misión

“Construir el trabajo futuro para todos”.



2.7.3. Visión

“Ser la compañía de RRHH más admirada y vanguardista, capaz de ofrecer una experiencia única a trabajadores y empresas a través del mejor talento y la innovación permanente”.

2.7.4. Valores

La esencia de la actitud y del carácter fundamental de nuestra organización

A. Espíritu Emprendedor

Nuestra pasión es guiar a través del sentido empresarial y la innovación.

B. Responsabilidad

Somos socios honestos y justos con nuestros grupos de intereses en todo momento.

C. Espíritu de Equipo

Nuestras palabras claves son: Equipo, Confianza y Talento.

D. Orientación al Cliente

Nuestras habilidades consisten en ofrecer soluciones personalizadas y conectar a las personas adecuadas.

E. Pasión

Nos apasiona con las personas, nuestros colegas, socios y clientes. Encontramos Trabajo a la gente, para darle la experiencia y la oportunidad de construir su futuro.

2.7.5. Nuestros Servicios

A. Selección y Reclutamiento de Personal para Empresas

Desarrolla Soluciones innovadoras de reclutamiento y selección de personal que son clave para la identificación del talento para tu organización.

B. Servicio de Payroll o Administración de Planillas para Empresas

Nos convertimos en tu área operativa de nóminas.

C. Intermediación Laboral



Un servicio integral de recursos humanos en el cual nos hacemos responsables de cubrir tus necesidades de personal, reclutamiento bajo nuestra nómina y manejando todas las obligaciones administrativas.

D. Servicio de Outsourcing para Empresas

En Adecco sabemos lo importante que es la eficiencia para garantizar la productividad en tu negocio. Por eso, te ofrecemos la oportunidad de tercerizar todos aquellos procesos y actividades que permitan enfocarte en tu actividad principal.

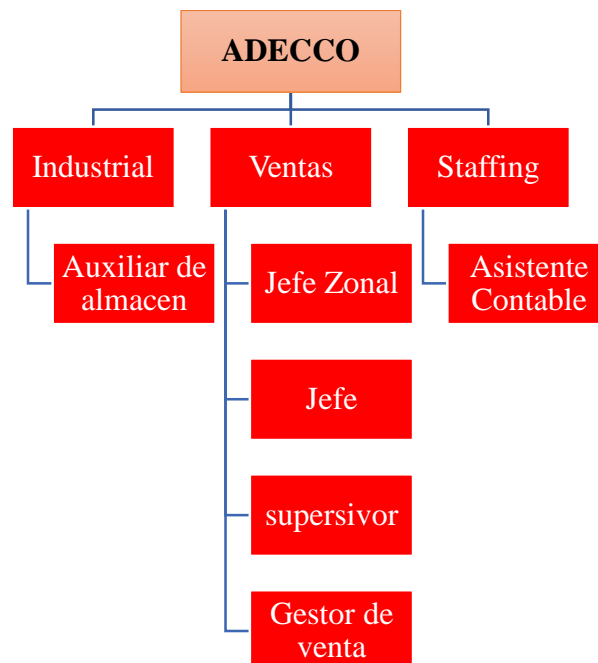
E. Capacitación y Consultoría de Empresas

Somos tu socio estratégico en la optimización de procesos, consultoría de gestión humana, entrenamiento y capacitación de talento humano.

2.7.6. Organigrama

Figura 1

Organigrama de la empresa Adecco



Nota. Elaboración propia



CAPÍTULO III: MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

3.1. Enfoque de investigación

Respecto al enfoque de la presente investigación se usó el enfoque cuantitativo, porque se hizo una medición de la variable, dimensiones e indicadores de acuerdo a los datos dados por la encuesta que se realizó a la población objeto de estudio.

En la investigación, los datos recolectados, serán procesados para realizar un análisis estadístico. Según Hernández et al. (2014) “En el enfoque cuantitativo, el investigador utiliza sus diseños para analizar la certeza de las hipótesis formuladas en un contexto en particular o para aportar evidencias respecto de los lineamientos de la investigación”. (p. 4)

3.2. Diseño de la investigación

La investigación será de diseño no experimental debido a que no se pretende manipular la variable de estudio, solo se describirá la realidad tal y como se presenta. Así también el estudio será de corte transversal ya que el instrumento de aplicación se realizará en un solo momento.

De acuerdo a Salinas (2012), “la investigación no experimental se caracteriza porque no hay manipulación de la variable independiente, no se asignan al azar los grupos. Solo se observan los cambios que ocurren”. (p. 17).

3.3. Alcance de la investigación

El presente estudio será de alcance descriptivo ya que se pretende puntualizar las características del fenómeno de estudio en este caso la motivación laboral de los colaboradores de la empresa Adecco del área de ventas de Silver Lake S.A.C.

En los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto



es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, pág. 92)

3.4. Población y muestra de la investigación

3.4.1. Población

La población estará conformada por 100 colaboradores de la empresa Adecco del área de ventas de la empresa Silver Lake S.A.C.

3.4.2. Muestra

Según Hernández et al. (2014) “Es aquel número pequeño, siendo menor a la población de estudio, donde se considera una parte o grupo pequeños que es considerado como muestra de la población”. (p. 173)

De acuerdo con las características de la población y del estudio, se determinó la muestra de manera probabilística aleatoria, teniendo como muestra a 63 colaboradores de la empresa Adecco del área de ventas de la empresa Silver Lake S.A.C.

Se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(N * Z^2)pq}{e^2(N - 1) + Z^2 * pq}$$
$$n = \frac{(100 * 1.96^2)0.5 * 0.5}{0.075^2(100 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 63.3$$

n=Muestra

N=Población: 100

Z=Intervalo o nivel de confianza 95% =1.96

p=Proporción estimada o probabilidad de éxito: 0.5

q=Probabilidad de error: 1-P =0.5

e=Error estándar: 0.075 =7.5%



3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.5.1. Técnica

La técnica de recolección de datos se utilizó la encuesta y se realizó de manera virtual por la situación de estado de emergencia del país, la cual nos sirvió para la recopilación de datos que se desea obtener para el estudio.

La encuesta es una de las técnicas de investigación social de más extendido uso en el campo de la Sociología que ha trascendido el ámbito estricto de la investigación científica, para convertirse en una actividad cotidiana de la que todos participamos tarde o temprano. Se ha creado el estereotipo de que la encuesta es lo que hacen los sociólogos y que éstos son especialistas en todo, (Babbie, 1988).

La encuesta en muchos sentidos se ha popularizado con los efectos positivos que ello puede conllevar: para generar información y debate social en los más diversos ámbitos, para desarrollar un ámbito profesional y todo un sector de la investigación aplicada, para conocer mejor los fundamentos y aplicación de este instrumento, etc.; y también con los negativos derivados del mal uso de las encuestas desde el punto de vista científico y de su instrumentalización interesada a la hora de presentar los resultados obtenidos, por ejemplo, en el ámbito político y periodístico.

3.5.2. Instrumento

El presente estudio utilizó como instrumento el cuestionario, ya que nos permitió recolectar la información de forma organizada, mediante un conjunto de preguntas que fueron redactadas, secuenciadas y estructuradas con el fin de obtener respuestas que brindaron la información necesaria para el desarrollo del estudio.

Para (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) “nos dicen que el cuestionario es el instrumento estandarizado que empleamos para la recogida de datos durante el trabajo de



campo de algunas investigaciones cuantitativas, fundamentalmente, las que se llevan a cabo con metodologías de encuestas.”

En pocas palabras, se podría decir que es la herramienta que permite al científico social plantear un conjunto de preguntas para recoger información estructurada sobre una muestra de personas, empleando el tratamiento cuantitativo y agregado de las respuestas para describir a la población a la que pertenecen y/o contrastar estadísticamente algunas relaciones entre medidas de su interés.

3.6. Procesamiento de datos

Los instrumentos empleados para la recolección de datos fueron evaluados por un juicio de expertos, los cuales brindaron la validación correspondiente para su respectiva aplicación en el ámbito de estudio.

El procedimiento de datos que se realizó fue el siguiente:

- **Ordenamiento y clasificación:** Esta técnica se aplicó para tratar la información cuantitativa en forma ordenada, de modo de interpretarla y sacarle el máximo provecho.
- **Registro manual:** Se aplicó esta técnica para digitar la información de las diferentes fuentes obtenidas de los documentos.
- **Proceso computarizado:** Se realizó con el programa Statistical Package for the Social Science (SPSS) versión 25 donde se determinó diversos cálculos matemáticos y estadísticos que fueron útiles para la investigación.



CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado

4.1.1. Presentación del instrumento

Para describir la motivación laboral en los colaboradores de la empresa Adecco en el área de ventas de Silver Lake S.A.C sucursal Cusco – 2021, se encuesta a 63 colaboradores, en el que se considera 21 ítems distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 2

Distribución de los ítems del cuestionario

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems
Motivación laboral	Factores Higiénicos	Factores económicos	1, 2, 3
		Condiciones físicas del trabajo	4, 5
		Seguridad	6, 7
		Factores Sociales	8, 9
		Estatus	10
	Factores Motivacionales	Tareas Estimulantes	11, 12
		Sentimientos de autorrealización	13, 14
		Reconocimiento de una labor bien hecha	15, 16, 17
		Sentimiento de logro	18, 19
		Mayor responsabilidad	20, 21

Nota. Elaboración propia

Para las interpretaciones de las tablas y figuras estadísticas se utilizó la siguiente escala de baremación e interpretación.

Tabla 3

Descripción de la Baremación y escala de interpretación

Promedio	Escala de Interpretación
1,00 – 1,80	Muy malo
1,81 – 2,60	Malo
2,61 – 3,40	Regular
3,41 – 4,20	Bueno
4,21 – 5,00	Muy bueno

Nota. Elaboración propia



4.1.2. *Fiabilidad del instrumento aplicado*

Para determinar la fiabilidad del cuestionario utilizado en la descripción de la motivación laboral en los colaboradores de la empresa Adecco en el área de ventas de Silver Lake S.A.C sucursal Cusco 2021. Se utilizó la técnica estadística “Índice de consistencia Interna Alfa de Cronbach”, para lo cual se considera lo siguiente:

- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es mayor o igual a 0.8. Entonces, el instrumento es fiable, por lo tanto, las mediciones son estables y consistentes.
- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es menor a 0.8. Entonces, el instrumento no es fiable, por lo tanto, las mediciones presentan variabilidad heterogénea.

Para obtener el coeficiente de Alfa de Cronbach, se utilizó el software SPSS, cuyo resultado fue el siguiente:

Tabla 4

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,915	21

Nota. Elaboración propia

Como se observa, el Alfa de Cronbach tiene un valor de 0,915 por lo que se establece que el instrumento es fiable para el procesamiento de datos.

4.2. **Resultados de las dimensiones de la variable motivación laboral**

Para describir la motivación laboral en los colaboradores de la empresa Adecco en el área de ventas de Silver Lake S.A.C sucursal Cusco 2021, se describe las dimensiones: factores higiénicos y factores motivacionales. Los resultados se presentan a continuación:

4.2.1. *Factores higiénicos*

El objetivo es conocer cómo son los factores higiénicos o ambientales en los colaboradores de la empresa Adecco en el área de ventas de Silver Lake S.A.C sucursal Cusco – 2021.



A. Resultados de los indicadores de la dimensión factores higiénicos

Tabla 5

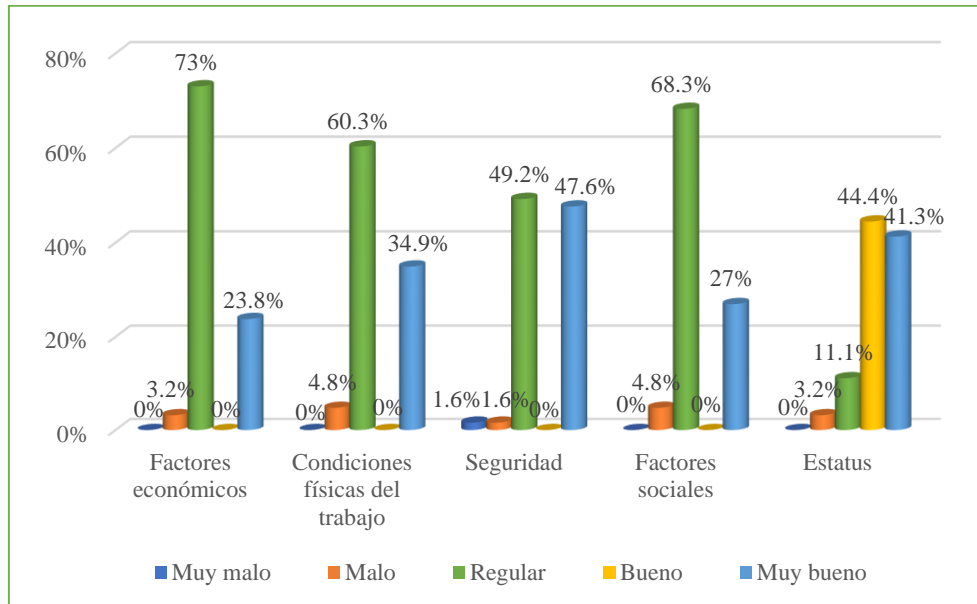
Indicadores de la dimensión factores higiénicos

	Factores económicos		Condiciones físicas del trabajo		Seguridad		Factores sociales		Estatus	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Muy malo	0	0,0%	0	0,0%	1	1,6%	0	0,0%	0	0,0%
Malo	2	3,2%	3	4,8%	1	1,6%	3	4,8%	2	3,2%
Regular	46	73,0%	38	60,3%	31	49,2%	43	68,3%	7	11,1%
Bueno	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	28	44,4%
Muy bueno	15	23,8%	22	34,9%	30	47,6%	17	27,0%	26	41,3%
	63	100,0%	63	100,0%	63	100,0%	63	100,0%	63	100,0%

Nota. Elaboración propia

Figura 2

Indicadores de la dimensión factores higiénicos



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis:

Del 100% de los encuestados el 73% de los colaboradores de la empresa Adecco en el área de ventas de Silver Lake S.A.C. sucursal Cusco consideran que los factores



económicos son regulares, el 60.3% manifiesta que las condiciones físicas del trabajo son regulares, el 49.2% manifiesta que la seguridad es regular, los factores sociales es regular para 68.3% y finalmente el 44.4% de los trabajadores consideran que el estatus es bueno. Se evidencia que el 73% de los colaboradores manifiesta que el factor económico es regular por que se dificulta alcanzar los objetivos y las metas mensuales, el 60.3% consideran regular las condiciones físicas de trabajo debido que el perfil del puesto es en campo por lo que están expuestos a contagiarse de la COVID u otras enfermedades y muchas veces las condiciones del climáticas no son favorables para el desarrollo de sus actividades, el 49.02% de los colaboradores consideran regular la seguridad porque menos de la mitad conoce el reglamento interno, políticas y procedimientos de la empresa Adecco, el 68.3% de los colaboradores consideran que el factor social es regular debido a que existe poca interacción entre compañeros el 44.4% de los colaboradores consideran bueno al estatus ya que solo demostrar la experiencia de 3 meses en el puesto podrían obtener el empleo.

B. Resultados de la dimensión factores higiénicos

Tabla 6
Factores higiénicos

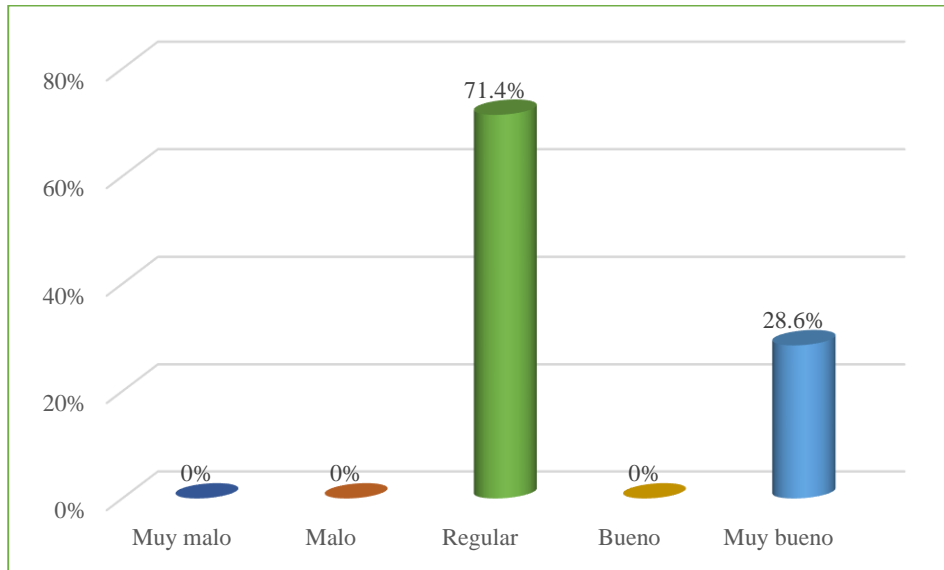
	f	%
Muy malo	0	0,0%
Malo	0	0,0%
Regular	45	71,4%
Bueno	0	0,0%
Muy bueno	18	28,6%
Total	63	100,0%

Nota. Elaboración propia



Figura 3

Factores Higiénicos



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis:

En cuanto a la figura se muestra que el 71.4% consideran que los factores higiénicos son regulares, 0% de los colaboradores encuestados consideran muy malo, malo y bueno. Como se observa se muestra una tendencia intermedia por lo que se puede considerar que la insatisfacción dependerá del esfuerzo que realicen para lograr los objetivos de ventas lo que genera finalmente una tensión en los colaboradores por lograr alcanzar el incremento de sus ingresos mensuales, sin embargo un 28.6% reafirma que es necesario alcanzar los objetivos de ventas para superar sus ingresos mensuales lo cual se genera en temporadas especiales como en días festivos, temporadas especiales y épocas de calor.



C. Comparación promedio de los indicadores de la dimensión factores higiénicos

Tabla 7

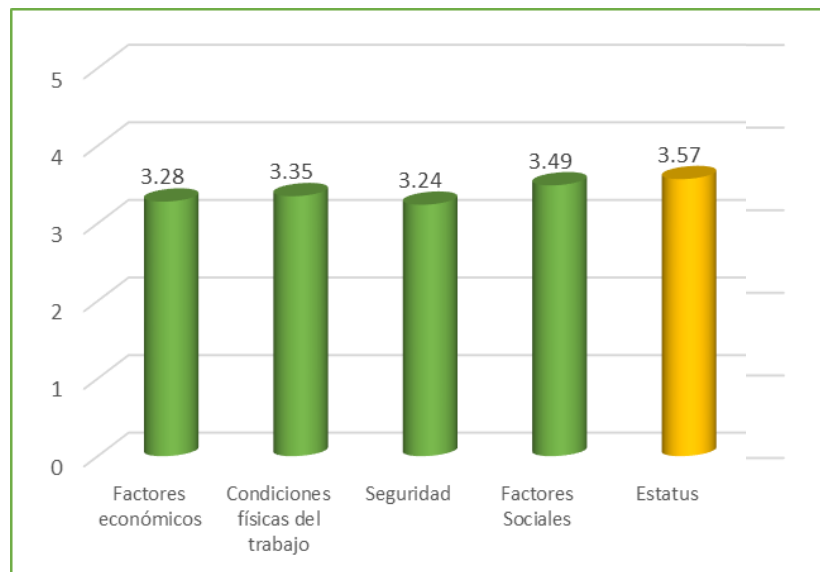
Comparación promedio de los indicadores de la dimensión factores higiénicos

	Promedio	Interpretación
Factores económicos	3,28	Regular
Condiciones físicas del trabajo	3,35	Regular
Seguridad	3,24	Regular
Factores Sociales	3,49	Regular
Estatus	3,57	Bueno
Factores Higiénicos	3.28	Regular

Nota. Elaboración propia

Figura 4

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión factores higiénicos



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis:

En la figura se muestra que el indicador factor económico obtuvo un promedio de 3.28 ubicándose en un nivel regular así mismo, condiciones físicas de trabajo obtuvo un promedio de 3.35 lo cual lo coloca en nivel regular, la seguridad obtuvo un promedio de



3.24 ubicándose en el nivel regular, no obstante los factores sociales tiene un promedio de 3.49 ubicándose en un nivel bueno, el estatus obtuvo un promedio de 3.57 por lo que se ubica de igual forma en un nivel bueno, por lo cual en promedio general los cinco indicadores se ubican en un nivel regular con un puntaje de 3.28.

4.2.2. Factores motivacionales

El objetivo es conocer como son los factores motivacionales en los colaboradores de la empresa Adecco en el área de ventas de Silver Lake S.A.C sucursal Cusco 2021.

A. Resultados de los indicadores de la dimensión factores motivacionales

Tabla 8

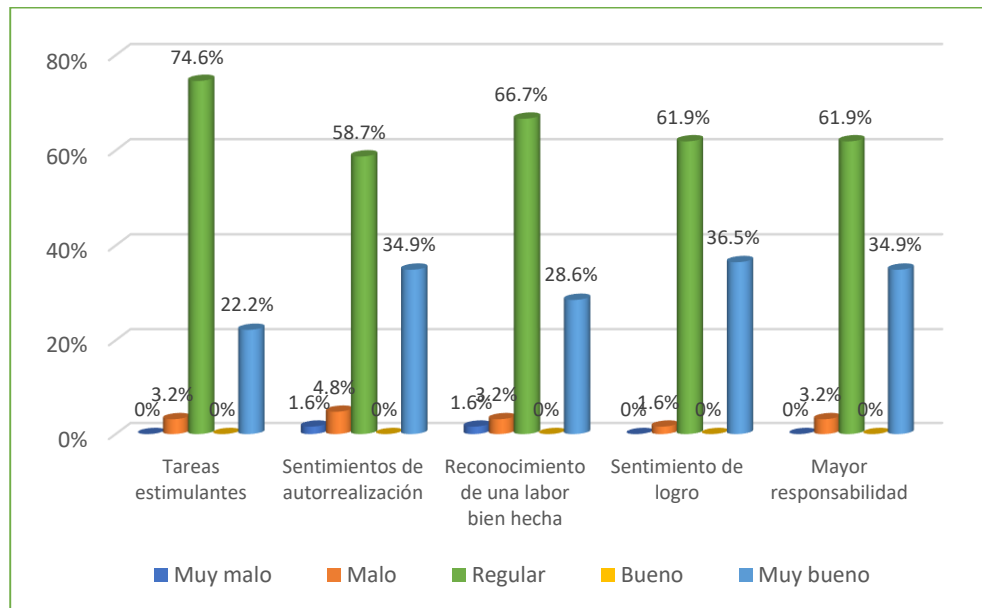
Indicadores de la dimensión factores motivacionales

	Tareas estimulantes		Sentimientos de autorrealización		Reconocimiento de una labor bien hecha		Sentimiento de logro		Mayor responsabilidad	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Muy malo	0	0,0%	1	1,6%	1	1,6%	0	0,0%	0	0,0%
Malo	2	3,2%	3	4,8%	2	3,2%	1	1,6%	2	3,2%
Regular	47	74,6%	37	58,7%	42	66,7%	39	61,9%	39	61,9%
Bueno	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Muy bueno	14	22,2%	22	34,9%	18	28,6%	23	36,5%	22	34,9%
Total	63	100,0%	63	100,0%	63	100,0%	63	100,0%	63	100,0%

Nota. Elaboración propia

Figura 5

Indicadores de la dimensión factores motivacionales



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis:

Del 100% de los encuestados el 74.6% de los colaboradores de la empresa Adecco en el área de ventas de Silver Lake S.A.C. sucursal Cusco consideran que las tareas estimulantes son regulares, el 58.7% manifiesta que los sentimientos de autorrealización son regulares, el 66.7% manifiesta que el reconocimiento de una labor bien hecha es regular, el sentimiento de logro es regular para 61.9% y finalmente el 61.9% de los trabajadores consideran que mayor responsabilidad es regular. Se evidencia que el 74.6% de los colaboradores manifiesta que las tareas estimulantes es regular porque es poco estimulante el trabajo casi siempre siendo monótono, el 58.7% considera que los sentimientos de autorrealización es regular debido a que el organigrama de Adecco para el área de ventas consta de 4 niveles jerárquicos siendo casi inviable el ascenso, el 66.7% considera que una labor bien hecha es regular porque sienten que no hay reconocimiento por parte de la empresa frente a sus compañeros, el 61.9% consideran que el sentimiento de logro es regular porque no existe reconocimiento sobre el buen trabajo realizado y el



61.9% consideran regular a mayor responsabilidades ya que existe poca libertad e independencia para la realización de sus labores.

B. Resultados de la dimensión factores motivacionales

Tabla 9

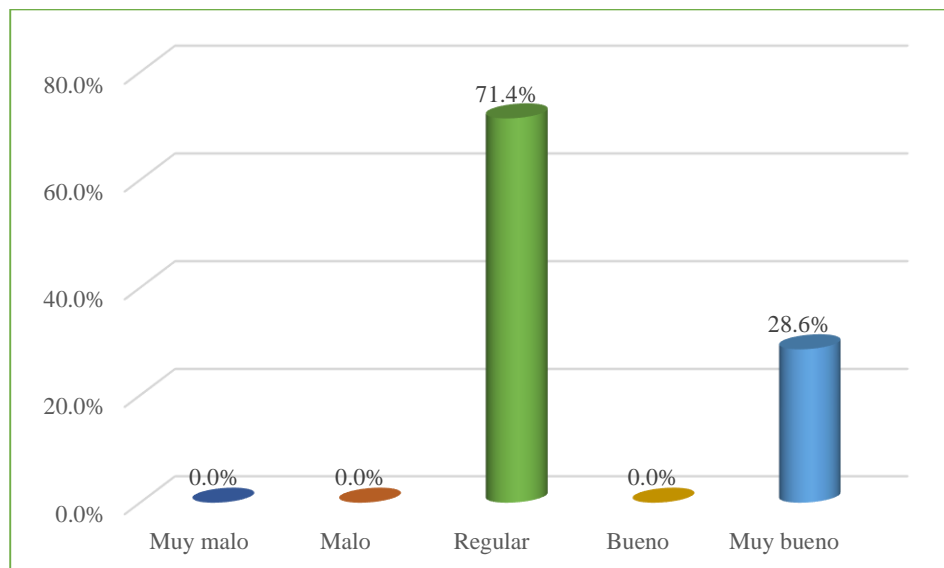
Factores motivacionales

	f	%
Muy malo	0	0,0%
Malo	0	0,0%
Regular	45	71,4%
Bueno	0	0,0%
Muy bueno	18	28,6%
Total	63	100,0%

Nota. Elaboración propia

Figura 6

Factores motivacionales



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis:

En cuanto a la motivación laboral muestran que el 71.4% consideran que los factores motivacionales son regulares, los colaboradores encuestados el 0% consideran



muy malo, malo y bueno. Como se observa se muestra una tendencia intermedia por lo que se puede considerar que la insatisfacción dependerá de la poca estimulación a la hora de realizar el trabajo y la limitación para el crecimiento profesional dentro de la empresa y la falta de reconocimiento por el buen trabajo realizado, sin embargo, un 28.6 reafirma la oportunidad de crecer profesionalmente mediante los ascensos.

C. Comparación promedio de los indicadores de la dimensión factor motivacional

Tabla 10

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión factor motivacionales

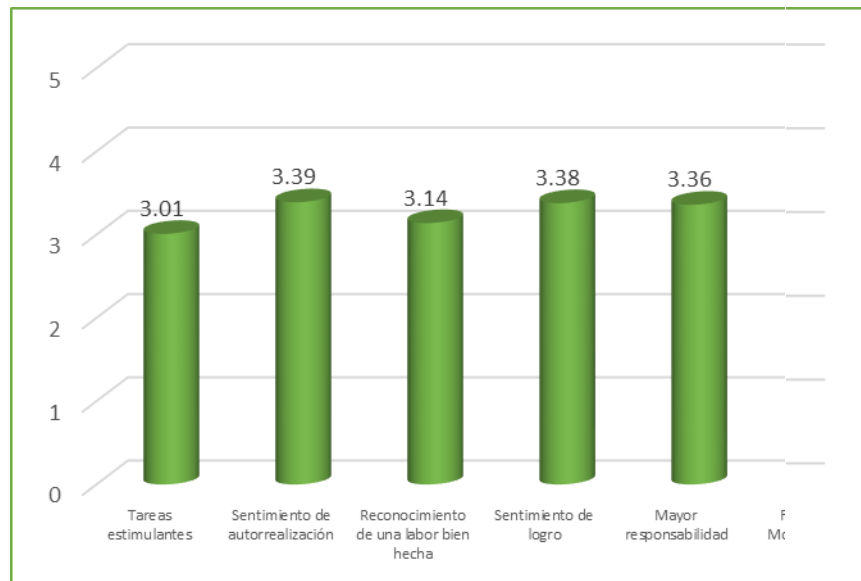
	Promedio	Interpretación
Tareas estimulantes	3,01	Regular
Sentimiento de autorrealización	3,39	Regular
Reconocimiento de una labor bien hecha	3,14	Regular
Sentimiento de logro	3,38	Regular
Mayor responsabilidad	3,36	Regular
Factores Motivacionales	3,26	Regular

Nota. Elaboración propia



Figura 7

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión factores motivacionales



Nota.

Elaboración propia

Interpretación y análisis:

En la figura se muestra que el indicador tareas estimulantes obtuvo un promedio de 3.01, así mismo, los sentimientos de autorrealización, obtuvo un promedio de 3.39, el reconocimiento de una labor bien hecha obtuvo un promedio de 3,14, el sentimiento de logro obtuvo 3.38 y el indicador mayor responsabilidad obtuvo el promedio 3.36 ubicándolos a todos en el nivel regular respectivamente.



4.3. Resultados respecto al objetivo general

Tabla 11

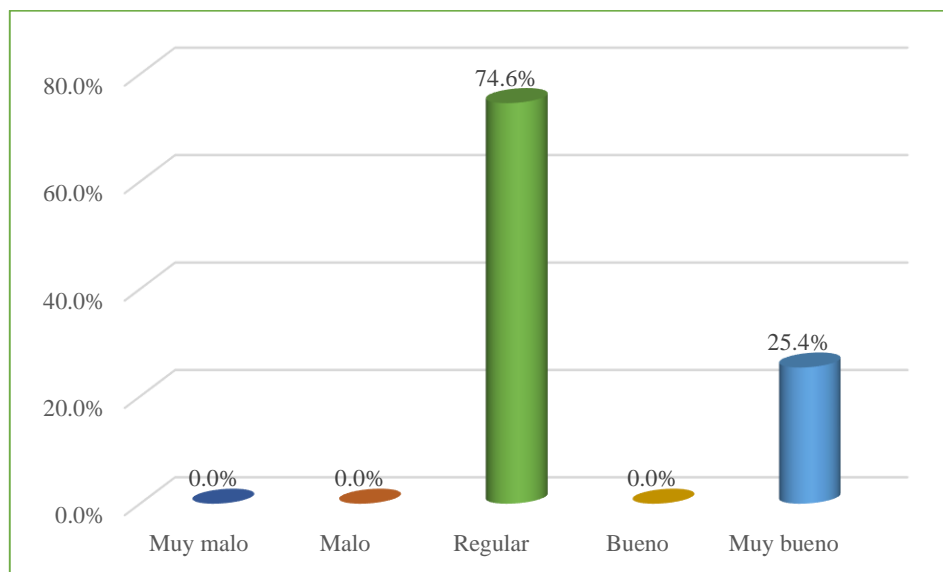
Motivación laboral

	f	%
Muy malo	0	0,0%
Malo	0	0,0%
Regular	45	71,4%
Bueno	0	0,0%
Muy bueno	18	28,6%
Total	63	100,0%

Nota. Elaboración propia

Figura 8

Motivación laboral



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis:

Del 100% de colaboradores encuestados del área de ventas de la empresa Adecco del área de ventas de Silver Lake sucursal Cusco EL 74.6% percibe que la motivación es regular, el 25.4% percibe que la motivación es muy buena. Lo que nos permite manifestar que la



motivación laboral es regular. Verificando que el personal de ventas de la empresa Adecco se sienten insatisfechos con los factores higiénicos como los factores motivacionales impactando el logro de resultados de la empresa.

A. Comparación promedio de las dimensiones de la variable motivación laboral

Tabla 12

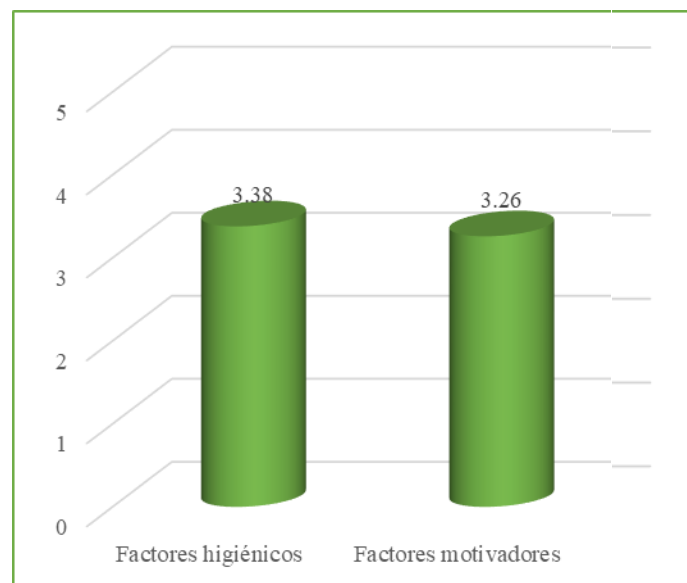
Comparación promedio de la dimensión de la variable motivación laboral

	Promedio	Interpretación
Factores higiénicos	3,38	Regular
Factores motivacionales	3,26	Regular
Motivación laboral	3,32	Regular

Nota. Elaboración propia

Figura 9

Comparación promedio de las dimensiones de la variable motivación laboral



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis:

Como se puede observar en la comparación del promedio de las dimensiones de la primera variable, los factores higiénicos es la dimensión con mayor promedio con un índice de



3.38 según la escala de medición se indica que es regular; los factores motivacionales presentan un índice 3.26 que la misma forma que la anterior es regular por consiguiente, estas dimensiones antes mencionadas son regulares por lo que se concluye que los colaboradores se sienten insatisfechos con los factores higiénicos y motivacionales.



CAPITULO V: DISCUSIÓN

5.1. Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos

Los hallazgos al que se llegó en el presente trabajo de investigación fueron que el 74.6% de los colaboradores de la empresa Adecco se encuentran en un nivel regular mientras que el 25.4% se encuentra en un nivel muy bueno. Por lo cual se puede inferir que los trabajadores del área de ventas de Silver Lake S.A.C Sucursal Cusco, se encuentra regularmente motivados, por lo que podría verse afectado las actividades que realizan, así también como los objetivos y logro de metas de la empresa.

Así mismo respecto a los factores higiénicos se observó que el 71.4% consideran que los factores higiénicos son regulares, 0% de los colaboradores encuestados consideran muy malo, malo y bueno. Donde se muestra una tendencia intermedia por lo que se puede considerar que la insatisfacción dependerá del esfuerzo que realicen para lograr los objetivos de ventas lo que genera finalmente una tensión en los colaboradores por lograr alcanzar el incremento de sus ingresos mensuales, sin embargo un 28.6% reafirma que es necesario alcanzar los objetivos de ventas para superar sus ingresos mensuales lo cual se genera en temporadas especiales como en días festivos, temporadas especiales y épocas de calor.

Por último, respecto a los factores motivacionales se observó que del 100% de los encuestados el 71.4% se encuentra en un nivel regular mientras que el 28.6% se ubica en nivel muy bueno. Por lo tanto, se puede indicar que los factores motivacionales es decir el crecimiento y logro que presentan los trabajadores se encuentra en un nivel medio, debido que en muchas ocasiones el trato y ambiente laboral no son muy óptimos para realizar las actividades.

5.2. Limitaciones del estudio

En la elaboración del presente trabajo de investigación se tuvieron obstáculos por la situación de pandemia de COVID19 que actualmente se sigue viviendo lo que limito el acceso



a bibliotecas físicas, así mismo, el instrumento se efectuó de manera virtual y no presencia como se estipula en estos casos.

5.3. Comparación crítica con la literatura y los antecedentes de investigación

De acuerdo a Peña y Villon (2018) la motivación laboral es un proceso donde los individuos o trabajadores, realizan diferentes actividades, esfuerzos para el cumplimiento de objetivos en la búsqueda de alcanzar algún tipo de necesidad. En la presente investigación se pretendió describir la motivación laboral en los colaboradores de la empresa Adecco en el área de ventas de Silver Lake S.A.C sucursal Cusco – 2021, según los resultados obtenidos y de acuerdo a lo mencionado por Peña y Villon, los trabajadores de la empresa de estudio no se encuentran totalmente motivados, debido al mismo contexto del Covid-19 que afecto a muchos de ellos, y las condiciones climáticas que no se mostraron favorables para el desarrollo de sus actividades.

Keith, D. (1971), en su estudio “Human Behavior of Work: Human Relations and Organizational Behavior”, plantea dos factores de motivación, donde hace mención a los factores higiénicos y motivacionales; por lo cual el presente estudio se basó en los indicadores mencionados por el autor, donde los resultados fueron respecto a los factores higiénicos que se encuentran en nivel regular por lo que los trabajadores no se encuentran motivados totalmente, respecto a los factores motivacionales se puede indicar de la misma forma la mayoría de los empleadores de la empresa se encuentra en un nivel de motivación regular. Donde según la teoría de motivación de Herzberg plantea que la satisfacción es principalmente el resultado de los factores de motivación. Estos factores ayudan a aumentar la satisfacción del individuo, pero tienen poco efecto sobre la insatisfacción mientras que la insatisfacción es principalmente el resultado de los factores de higiene. Si estos factores faltan o son inadecuados, causan insatisfacción, pero su presencia tiene muy poco efecto en la satisfacción a largo plazo.



Según Cadena (2019), en su estudio “la motivación y su relación con el desempeño laboral en la empresa Envatub S.A. de la provincia de Pichincha” indica que los trabajadores mantienen las necesidades de protección y seguridad, de autoestima y autorrealización en un rango medio mientras que las necesidades sociales y de pertenencia manifiestan un rango bajo. Los resultados en la presente investigación concuerdan con lo antes mencionado de modo que el nivel de motivación de los colaboradores del área de ventas de Silver Lake S.A.C Sucursal Cusco se encuentran en un nivel regular, de tal forma influye implícitamente al desempeño laboral, siendo afectados los objetivos planteados por la empresa.

De acuerdo a Soto (2019), en su estudio “la motivación y su relación en el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Sentinel Perú S.A” indica que los trabajadores se encuentran motivados ya que se percibe que ponen esfuerzo en las actividades que realizan. Por lo cual, se puede decir que los resultados obtenidos en la presente investigación no concuerdan con los resultados de la autora en mención, ya que en el presente estudio se aprecia un nivel regular de motivación laboral en los colaboradores de la empresa Adecco.

Según Apaza y Cjuro (2019), en su trabajo de investigación “motivación y satisfacción laboral del personal administrativo en la municipalidad distrital de Oropesa – 2019” indicaron que la motivación es fundamental para que los colaboradores realicen un mejor desempeño de sus funciones y por ende se sientan satisfechos laboralmente, se puede asegurar mientras mayor sea la motivación se logrará una mayor satisfacción laboral del personal administrativo. Por lo tanto, los resultados en la presente investigación indican que los trabajadores de la empresa Adecco no se sienten totalmente motivados por distintos factores: contexto de la pandemia y ambiente laboral, de manera que no se logrará una mayor satisfacción laboral.

5.4. Implicancias del estudio

A partir del presente estudio efectuado en este trabajo de investigación, es fundamental y necesario destacar la importancia que tiene la motivación laboral en los colaboradores de la



Empresa Adecco en el área de ventas de Silver Lake S.A.C Sucursal Cusco, 2021, donde se demuestran estadísticamente que existe un nivel regular de motivación laboral.



CONCLUSIONES

1. Nos indica que 45 colaboradores de la empresa Adecco se encuentran en un nivel regular mientras que 18 colaboradores en un nivel muy bueno. Por lo cual se puede inferir que los trabajadores del área de ventas de Silver Lake S.A.C Sucursal Cusco, se encuentra regularmente motivados. Se concluye que la motivación es fundamental para que los colaboradores desempeñen sus funciones, especialmente en los factores económicos y tareas estimulantes puesto que son claves para el logro de los objetivos y metas planteadas.
2. Se concluye que 45 colaboradores de los colaboradores de la empresa Adecco del área de ventas de Silver Lake S.A.C sucursal Cusco, según nuestra escala de baremación se determinó que los factores higiénicos son de un nivel regular principalmente por la poca interacción con sus jefaturas directas y compañeros de trabajo, así también los colaboradores manifiestan que el salario percibido no compensa la labor realizada debido a la presión por alcanzar sus objetivos y cuotas mensuales para lograr el incremento de sus ingresos mensuales, mientras que 18 colaboradores encuestados se encuentran en el nivel muy bueno.
3. Se concluye que del total de los colaboradores encuestados 45 colaboradores de la empresa Adecco del área de ventas de Silver Lake S.A.C sucursal Cusco según nuestra escala de baremación se determinó que los factores motivacionales se encuentran en un nivel regular. Por tanto, se puede indicar el trabajo rutinario causa monotonía y pesadez, así también la poca oportunidad de crecimiento profesional causa un bajo espíritu competitivo en los colaboradores, mientras que 18 colaboradores se ubican en nivel muy bueno.



RECOMENDACIONES

PRIMERO: A la empresa Adecco en el área de ventas de Silver Lake S.A.C. se les recomienda que planteen un plan de motivación laboral eficiente que promueva un mayor desempeño. Es importante estudiar a los diversos colaboradores, ya que cada individuo es diferente y los factores motivacionales difieren; por ello, es importante profundizar en el tema, no solo en el área de ventas sino en toda la institución en general. Ante este escenario, se recomienda que la motivación sea colocada como un tema prioritario en la agenda de la institución, con el fin de aumentar la autorrealización, la comunicación, la autoestima, los incentivos, los reconocimientos y las capacitaciones.

SEGUNDO: En relación a los Factores higiénicos, se recomienda definir los procesos y comunicar debidamente a los colaboradores, así mismo garantizar las más óptimas condiciones de bioseguridad con la entrega oportuna de equipos de protección personal, también se debe garantizar la distribución, ventilación y acondicionamiento de los espacios cuando el personal visita las oficinas para las reuniones o entrega de material publicitario; Se recomienda realizar capacitaciones, conferencias y/o reuniones una vez por semana con previo aviso a los colaboradores para la revisión de metas mensuales, acciones, propuesta de trabajo, evaluando acciones corrigiendo errores promoviendo el trabajo en equipo siendo así que el colaborador que trabajo arduamente se pueda ganar un incentivo.

TERCERO: En relación a los Factores motivacionales se recomienda siga fortaleciendo la motivación intrínseca, para que los colaboradores sigan actuando por su propio interés, para que sigan sintiendo que sus actividades laborales son interesantes y porque les gusta hacerlo, haciendo también entrega de cartas de felicitación, resoluciones y concesión de



oportunidades de desarrollo en su especialidad como asistencia a eventos, permisos por capacitación, así como la promoción y ascensos realizados con transparencia.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adecco Perú . (01 de Junio de 2021). *adecco.com*. Obtenido de <https://www.adecco.com.pe/acerca-de-nosotros/>
- Ajello, A. (01 de 02 de 2016). *La motivación para aprender*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2081794>
- Alles, M. (2009). *Construyendo Talento*. Editorial: Granica S.A.
- Amitai, E. (1964). *Organizaciones Modernas*. Editorial: Utea Madrid.
- Amoros. (2007). *Comportamiento organizacional*.
- Angel, D. M. (10 de octubre de 2020). *Motivación laboral: 7 técnicas para recuperar la ilusión en el trabajo*. Obtenido de *Motivación laboral: 7 técnicas para recuperar la ilusión en el trabajo*: <https://www.becas-santander.com/es/blog/motivacion-laboral-tecnicas.html#:~:text=La%20motivaci%C3%B3n%20en%20el%20trabajo,la%20defini%C3%B3n%20recogida%20por%20N>.
- Babbie, E. (1988). *Métodos de investigación por encuesta*. México: Editorial: Fondo de Cultura Económica.
- Cadena, E. (2019). *La motivación y su relación con el desempeño laboral en la empresa Envatub S.A*. Ecuador: Universidad Rafael Landivar.
- Chiavenato, I. (2004). *Gestión del talento humano*. México: Editorial: Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2017). *Comunicación*. En *Comportamiento organizacional*. México: Editorial: McGraw-Hill.
- Cjuro, E., & Apaza, S. Y. (2019). *Motivación y satisfacción laboral del personal administrativo en la municipalidad distrital de Oropesa, 2019*. Cusco: Universidad Andina del Cusco.



- Diccionario, E. (2012). *Glosario de Terminos administrativos*.
- Elite Form. (19 de 05 de 2018). *Monotonía en el trabajo*. Obtenido de Elite Form: <http://elite-formacion.blogspot.com/2018/03/la-monotonia-en-el-trabajo.html>
- ESAN. (9 de Septiembre de 2019). Motivación laboral: nuevas tendencias globales . *Apuntes empresariales*, págs. <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2019/09/motivacion-laboral-nuevas-tendencias-globales/>.
- Evia, M. (14 de Julio de 2015). Qué motiva a los trabajadores en cada país. *Un nuevo estudio analiza las motivaciones de los empleados en distintos países, incluyendo México*, págs. <https://www.expoknews.com/que-motiva-a-los-trabajadores-en-cada-pais/>.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* . McGraw Hill / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Herzberg, F. (2003). Una vez más: ¿ Cómo motiva a sus empleados? *Harvard Business Review*, 3-11. Obtenido de https://www.academia.edu/4342978/hbral_una_vez_mas_como_motiva_a_sus_empleados
- Huampa, E. (2017). Programa Motivacional para mejorar el nivel de satisfacción laboral en una empresa contratista minera. Arequipa: Universidad Nacional de San Agustín.
- Huanca Píares, K. P. (2020). *Motivación laboral en docentes de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Andina del Cusco, 2017*. cusco: Universidad Andina del Cusco.
- Keith, D. (1971). *Human Behavior at Work*. Editorial: Human Relations and Organizational Behavior.



Lagos, V. (2016). *La motivación laboral y su incidencia en el desempeño organizacional en la empresa copelec*. Chile: Universidad del Bio Bio.

Leidecker K, H. J. (1989). *Motivación: buena teoría, pobre aplicación*. Barcelona: Dale Timpe Plaza y Janes.

Melai, V. (23 de 04 de 2020). *Cuatro factores que influyen en la motivación laboral*. Obtenido de Minuto de Dios Industrial: <https://mdc.org.co/4-factores-que-influyen-en-la-motivacion-laboral/>

Peña, H., & Villón, S. (2018). *Motivación Laboral. Elemento Fundamental en el Éxito Organizacional*. Instituto Internacional de Investigación y Desarrollo Tecnológico Educativo, 177-192.

Pérez, A. (22 de 06 de 2015). *La teoría de Motivación-Higiene de Herzberg*. Obtenido de Ceolevel: <https://www.ceolevel.com/herzberg>

Prevecon. (13 de 04 de 2018). *El estrés laboral: definición, causas, consecuencias y cómo prevenirlo*. Obtenido de preven.org: <https://prevecon.org/es/el-estres-laboral-definicion-causas-consecuencias-y-como-prevenirlo/>

Rivera Flores, N. A. (2019). *Relacion entre motivacion laboral y retencon de empleados del área de operaciones de una empresa aseguradora de lima*. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.

Salinas, P. (2012). *Metodología de la investigación científica*. Universidad de Los Andes. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/52205428/metodologia_investigacion.pdf?1489891783=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMETODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_CIENTIFI.pdf&Expires=1622850315&Signature=N2oXOCEe6TazJhXdxu5HbcTfG~SQpFgPY4Z-48XnO3



Santrock, J. (2002). *Psicología de la educación*. México: Mc Graw-Hill.

Santrock, J. (2002). *Psicología de la educación*. México: McGraw-Hill.

Socas Hernández, E. (2020). *Economía de la Empresa 2º Bachillerato*. España: Compartiendo Conocimiento.

Soto Sello, G. R. (2019). *La motivación y su relación en el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Santinel Peru S.A.* Lima: Universidad Esan.

Telecoco Blog. (09 de 05 de 2018). *Importancia de las relaciones interpersonales en el trabajo*.

Obtenido de tecoloco.com: <https://www.tecoloco.com.gt/blog/importancia-de-las-relaciones-interpersonales-en-el-trabajo.aspx#:~:text=Las%20relaciones%20interpersonales%20son%20aquellas,con%20una%20o%20m%C3%A1s%20personas.&text=De%20esta%20manera%2C%20las%20relaciones,que%20tengamos>

Trechera, J. (06 de 10 de 2016). *Saber motivar: ¿El palo o la zanahoria?* Obtenido de motivacionenfoques.blogspot:

<http://motivacionenfoques.blogspot.com/2016/10/motivacion.html>

Turienzo, R. (2016). *El pequeño libro de la motivación*. Mexico: Planeta.

Uscanga Guevara, T., & García Santillán, A. (2008). *Desarrollo y comportamiento de la motivación en el trabajo*. España: Universidad de Málaga.

Velázquez, G. (01 de Enero de 2012). *Comportamiento en las organizaciones*. Editorial: Limusa .



ANEXOS



MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA			
PROBLEMAS	OBJETIVOS	VARIABLES DE ESTUDIO Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA
¿Cómo es la motivación laboral en los colaboradores de la empresa Adecco en el área de ventas de Silver Lake S.A.C. sucursal Cusco 2021?	Describir la motivación laboral en los colaboradores de la empresa Adecco en el área de ventas de Silver Lake S.A.C. sucursal Cusco 2021.	V: Motivación laboral Dimensiones: <ul style="list-style-type: none"> Factores higiénicos o ambientales (Extrínsecos) Factores motivacionales (intrínsecos) 	Alcance de la investigación: Descriptivo Diseño de la investigación: No experimental Enfoque de la investigación: Cuantitativo Población 100 colaboradores de área de ventas Muestra 63 colaboradores del área de ventas Técnicas e instrumento: Técnica: Encuesta Instrumento: cuestionario Análisis de datos: Para el procesamiento de datos se utilizará el paquete estadístico SPSS-23
ESPECÍFICOS	ESPECÍFICOS		
¿Cómo son los factores higiénicos o ambientales en los colaboradores de la empresa Adecco en el área de ventas de Silver Lake S.A.C. sucursal Cusco 2021?	Conocer cómo son los factores higiénicos o ambientales en los colaboradores de la empresa Adecco en el área de ventas de Silver Lake S.A.C. sucursal Cusco 2021.		
¿Cómo son los factores motivacionales en los colaboradores de la empresa Adecco en el área de ventas de Silver Lake S.A.C. sucursal Cusco 2021?	Conocer cómo son los factores motivacionales en los colaboradores de la empresa Adecco en el área de ventas de Silver Lake S.A.C. sucursal Cusco 2021.		



MATRIZ DE INSTRUMENTOS

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	Nº DE ÍTEM	PREGUNTA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Motivación Laboral	Factores Higiénicos	Factores económicos	01	¿Usted está de acuerdo con el salario percibido?	Totalmente de Acuerdo De acuerdo Ni en acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
			02	¿Usted está de acuerdo que la remuneración sea acorde a sus funciones desempeñadas?	
			03	¿Logra llegar con facilidad a su objetivo mensual en ventas?	
		Condiciones físicas del trabajo	04	¿El ambiente laboral en la empresa, es la adecuada para desarrollar sus funciones?	
			05	¿Las herramientas que le brinda la empresa, funcionan adecuadamente al momento de desarrollar sus actividades?	
		Seguridad	06	¿La empresa brinda los documentos necesarios tales como su contrato laboral, manual de organización y funciones, etc.?	
			07	¿Conoces el contenido del reglamento interno de trabajo?	
		Factores Sociales	08	¿La empresa efectúa diversas actividades para que los trabajadores de distintas áreas puedan interactuar?	
			09	¿La interrelación entre compañeros de trabajo genera la confianza necesaria para desarrollar los trabajos en equipo de una forma eficaz	
		Estatus	10	¿Usted, considera que su puesto de trabajo le permite desarrollar nuevas habilidades y generar nuevos conocimientos	



Factores Motivacionales	Tareas Estimulantes	11	¿Usted, al momento de desempeñar sus funciones en su cargo, toma las decisiones pertinentes sin consultarlas a su superior?	Totalmente de Acuerdo De acuerdo Ni en acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		12	¿En el cargo que se encuentra, aplica sus habilidades y conocimientos para que pueda desempeñarse de una forma óptima?	
	Sentimientos de autorrealización	13	¿Usted considera que existe la posibilidad de ascender dentro de su área de trabajo?	
		14	¿Los puestos de trabajo se encuentran muy bien distribuidos de acuerdo con sus funciones desarrolladas y al nivel de jerarquía en la que se encuentran dentro de la organización?	
	Reconocimiento de una labor bien hecha	15	¿El reconocimiento de un trabajador por el logro de sus metas, se realiza de forma periódica?	
		16	¿La organización, reconoce sus esfuerzos y lo valora como persona?	
		17	¿Se le permite integrar sus esfuerzos a las actividades de otros para así generar beneficios mutuos?	
	Sentimiento de logro	18	¿Sus compañeros de trabajo aceptan los méritos que ha obtenido en su puesto de trabajo?	
		19	Considera usted como logro, el poder enseñar a otros acerca de la solución de problemas relacionados con el trabajo.	
	Mayor responsabilidad	20	¿Los ascensos de puestos se realizan mediante la meritocracia que cada trabajador ha ido desarrollando con su esfuerzo constante?	
		21	¿Los superiores califican el desempeño laboral, solo si estas se efectúan de acuerdo al cumplimiento óptimo de sus tareas?	



Procedimiento de la Baremación

La presente investigación utilizo la escala de medida para medir cada uno de los ítems:

Escala de medida	Valor
Totalmente en desacuerdo	1
En desacuerdo	2
Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de Acuerdo	5

Promedio máximo de los ítems del instrumento: $\bar{X}_{max} = 5$

Promedio mínimo de los ítems instrumento: $\bar{X}_{min} = 1$

Rango: $R = \bar{X}_{max} - \bar{X}_{min} = 4$

Amplitud: $A = \frac{Rango}{Numero\ de\ escalas\ de\ interpretación} = \frac{4}{5} = 0.80$

Construcción de la Baremación:

Promedio	Escala de Interpretación
1,00 – 1,80	Muy malo
1,81 – 2,60	Malo
2,61 – 3,40	Regular
3,41 – 4,20	Bueno
4,21 – 5,00	Muy bueno



Resultados de los ítems del cuestionario

		Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni en acuerdo, ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de Acuerdo	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
P1	¿Usted está de acuerdo con el salario percibido?	5	7,9%	11	17,5%	21	33,3%	22	34,9%	4	6,3%
P2	¿Usted está de acuerdo que la remuneración sea acorde a sus funciones desempeñadas?	0	0,0%	6	9,5%	6	9,5%	25	39,7%	26	41,3%
P3	¿Logra llegar con facilidad a su objetivo mensual en ventas?	2	3,2%	2	3,2%	13	20,6%	24	38,1%	22	34,9%
P4	¿El ambiente laboral en la empresa, es la adecuada para desarrollar sus funciones?	0	0,0%	1	1,6%	11	17,5%	35	55,6%	16	25,4%
P5	¿Las herramientas que le brinda la empresa, funcionan adecuadamente al momento de desarrollar sus actividades?	1	1,6%	1	1,6%	15	23,8%	27	42,9%	19	30,2%
P6	¿La empresa brinda los documentos necesarios tales como su contrato laboral, manual de organización y funciones, etc.?	1	1,6%	3	4,8%	3	4,8%	34	54,0%	22	34,9%
P7	¿Conoces el contenido del reglamento interno de trabajo?	1	1,6%	4	6,3%	5	7,9%	26	41,3%	27	42,9%
P8	¿La empresa efectúa diversas actividades para que los trabajadores de distintas áreas puedan interactuar?	0	0,0%	9	14,3%	16	25,4%	26	41,3%	12	19,0%
P9	¿La interrelación entre compañeros de trabajo genera la confianza necesaria para desarrollar los trabajos en equipo de una forma eficaz?	1	1,6%	2	3,2%	7	11,1%	30	47,6%	23	36,5%
P10	¿Usted, considera que su puesto de trabajo le permite desarrollar nuevas habilidades y generar nuevos conocimientos?	0	0,0%	2	3,2%	7	11,1%	28	44,4%	26	41,3%
P11	¿Usted, al momento de desempeñar sus funciones en su cargo, toma las decisiones pertinentes sin consultarlas a su superior?	6	9,5%	16	25,4%	14	22,2%	17	27,0%	10	15,9%
P12	¿En el cargo que se encuentra, aplica sus habilidades y conocimientos para que pueda desempeñarse de una forma óptima?	0	0,0%	2	3,2%	4	6,3%	32	50,8%	25	39,7%
P13	¿Usted considera que existe la posibilidad de ascender dentro de su área de trabajo?	2	3,2%	2	3,2%	6	9,5%	31	49,2%	22	34,9%
P14	¿Los puestos de trabajo se encuentran muy bien distribuidos de acuerdo con sus funciones desarrolladas y al nivel de jerarquía en la que se encuentran dentro de la organización?	0	0,0%	2	3,2%	6	9,5%	40	63,5%	15	23,8%
P15	¿El reconocimiento de un trabajador por el logro de sus metas, se realiza de forma periódica?	0	0,0%	7	11,1%	12	19,0%	32	50,8%	12	19,0%



P16	¿La organización, reconoce sus esfuerzos y lo valora como persona?	2	3,2%	4	6,3%	11	17,5%	32	50,8%	14	22,2%
P17	¿Se le permite integrar sus esfuerzos a las actividades de otros para así generar beneficios mutuos?	2	3,2%	0	0,0%	12	19,0%	37	58,7%	12	19,0%
P18	¿Sus compañeros de trabajo aceptan los méritos que ha obtenido en su puesto de trabajo?	0	0,0%	3	4,9%	13	21,3%	28	45,9%	17	27,9%
P19	Considera usted como logro, el poder enseñar a otros acerca de la solución de problemas relacionados con el trabajo.	0	0,0%	0	0,0%	8	12,7%	36	57,1%	19	30,2%
P20	¿Los ascensos de puestos se realizan mediante la meritocracia que cada trabajador ha ido desarrollando con su esfuerzo constante?	1	1,6%	1	1,6%	11	17,5%	30	47,6%	20	31,7%
P21	¿Los superiores califican el desempeño laboral, solo si estas se efectúan de acuerdo al cumplimiento óptimo de sus tareas?	0	0,0%	1	1,6%	10	15,9%	36	57,1%	16	25,4%