



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**“EL PROGRAMA DE INCENTIVOS LABORALES Y LA
MOTIVACIÓN AL PERSONAL DE LA INMOBILIARIA JC & R
S.A.C, MOYOBAMBA – 2018”**

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

BACH. ROMY CRISTINA MALDONADO RUIZ.

**PERÚ
2018**

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis padres y a mis tías por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Ha sido el orgullo y el privilegio de ser su hija y sobrina, son los mejores.

A mis hermanos por estar siempre presentes, acompañándome y por el apoyo moral, que me brindaron a lo largo de esta etapa.

A todas las personas que me han me abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presentes.

Gracias a mis padres y tías, por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mis expectativas, por los consejos, valores y principios que me han inculcado.

Gracias a mi asesor por su paciencia, su motivación y guía constante.

Finalmente a todas mis amigas, por apoyarme cuando más las necesito, por extender su mano en momentos difíciles y por el amor brindado cada día, de verdad mil gracias.

RESUMEN

El presente trabajo lleva por título “EL PROGRAMA DE INCENTIVOS LABORALES Y LA MOTIVACIÓN AL PERSONAL DE LA INMOBILIARIA JC & R S.A.C, MOYOBAMBA – 2018”

El objetivo general fue: Determinar la relación que existe entre el Programa de incentivos laborales y la motivación al personal de la Inmobiliaria JC & R S.A.C de la ciudad de Moyobamba.

El tipo de investigación fue descriptivo – correlacional. El nivel de investigación básica. El diseño de la investigación descriptivo correlacional. La población estuvo conformado por todas las personas que laboran actualmente en la Inmobiliaria JC & R S.A.C de la ciudad de Moyobamba, es decir, un total de 95 personas. La muestra fue aleatoria y/o al azar y estuvo conformada por 24 trabajadores.

Las principales conclusiones fueron: La empresa solo otorga algunos beneficios motivacionales que no cumplen con las expectativas del personal. Las condiciones salariales no son las óptimas y no están de acuerdo con el desempeño laboral. El personal se identifica con la empresa y le gusta asumir nuevas responsabilidades en el trabajo, además de las que ya posee. Asimismo se sienten interesados por todo lo que sucede en la inmobiliaria y su futuro laboral. El personal se siente partícipe de los éxitos y fracasos y se sienten parte de su equipo de trabajo. Asimismo la empresa les otorga algunos reconocimientos. Pero no les proporciona oportunidades para su desarrollo profesional. La empresa les brinda la oportunidad de un plan de carrera y ascender en los cargos. Asimismo son buenas las condiciones de trabajo que la inmobiliaria promueve y la comunicación interna funciona correctamente. Existe una buena relación entre el personal y el personal directivo y cuando se implantan nuevos mecanismos y es necesaria formación específica, la empresa le proporciona dicha formación.

Palabras clave: motivación, incentivos, recursos humanos, salarios, reconocimientos.

ABSTRACT

The present work is titled "THE PROGRAM OF LABOR INCENTIVES AND THE MOTIVATION TO THE PERSONNEL OF THE REAL ESTATE JC & R S.A.C, MOYOBAMBA - 2018"

The general objective was: Determine the relationship that exists between the Work Incentive Program and the motivation of the personnel of the Real Estate JC & R S.A.C of the city of Moyobamba.

The type of research was descriptive - correlational. The level of basic research. The design of correlational descriptive research. The population was made up of all the people who currently work in Inmobiliaria JC & R S.A.C in the city of Moyobamba, that is, a total of 95 people. The sample was random and / or random and consisted of 24 workers.

The main conclusions were: The company only provides some motivational benefits that do not meet the expectations of the staff. The salary conditions are not optimal and do not agree with the job performance. The staff identifies with the company and likes to take on new responsibilities at work, in addition to the ones they already have. They also feel interested in everything that happens in the real estate and their future work. The staff feels part of the successes and failures and feel part of their work team. The company also gives them some recognitions. But it does not provide opportunities for their professional development. The company offers them the opportunity of a career plan and promotion in positions. The working conditions that the real estate company promotes and the internal communication work correctly are also good. There is a good relationship between staff and management and when new mechanisms are implemented and specific training is necessary, the company provides such training.

Keywords: motivation, incentives, human resources, salaries, recognitions.

INDICE

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTOS	3
RESUMEN	4
ABSTRACT	5
INDICE	6
INDICE DE TABLAS	9
INDICE DE GRÁFICOS	10
INTRODUCCIÓN	12
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	15
1.1. Planteamiento del problema.	15
1.2. Formulación del problema.	16
1.3. Objetivos de la investigación.....	16
1.3.1. Objetivo General.....	16
1.3.2. Objetivos Específicos.	16
1.4. Justificación del estudio.	16
1.5. Limitaciones de la investigación.....	17
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	19
2.1. Antecedentes del estudio.	19
2.1.1. Internacionales.....	19
2.1.2. Nacionales.	20
2.1.3. Regionales.....	21
2.1.4. Locales.	22
2.2. Bases Teóricas.	22
2.2.1. Programa de incentivos.	22
Jensen y Meckling (1976).....	23

2.2.1.1. Origen de los Incentivos.	23
2.2.1.2. Tipos de programa.	24
2.2.1.2.1. Programa de Incentivos según Chiavenato (2004).....	25
2.2.1.2.1. Programa de Incentivos según Stoner (2005).	26
2.2.2. Motivación Laboral.....	27
2.2.2.1. Fases centrales del proceso.	28
2.2.2.2 Características de la Motivación.....	29
2.2.2.3. Jerarquía de Necesidades (Abraham Maslow).....	30
2.2.2.4. Teoría X y Teoría Y (Douglas McGregor).	31
2.2.2.5. Teoría de la Motivación-Higiene.	32
2.2.2.6. Teoría E.R.C. (Clayton Alderfer).....	32
2.2.2.7. Teoría de la Motivación Intrínseca.....	33
2.2.2.8. Teoría de las Necesidades de McClelland.	33
2.3. Definición de términos.....	35
2.4. Hipótesis.....	36
2.4.1. Hipótesis Alterna (H1).....	36
2.4.2. Hipótesis Nula (H0).....	37
2.5. Variables.	37
2.5.1. Programa de Incentivos (V.I).	37
2.5.1.1. Definición Conceptual.....	37
2.5.1.2. Definición Operacional.	37
2.5.2. Motivación de los Empleados (V.D).....	37
2.5.2.1. Definición Conceptual.....	37
2.5.2.2. Definición Operacional.....	38
2.5.3. Operacionalización de las variables.....	39
2.5.3.1. Variable Independiente: Programa de incentivos.	39
2.5.3.2. Variable dependiente: Motivación laboral.....	40

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	42
3.1. Tipo y nivel de investigación.....	42
3.1.1. Tipo de investigación.....	42
3.1.2. Nivel de Investigación.....	42
3.1.4. Diseño.....	42
3.1.4. Método.....	43
3.1.5. Alcance de la investigación.....	43
3.2. Descripción del ámbito de la investigación.....	43
3.3. Población y muestra.....	45
3.3.1. Población.....	45
3.3.2. Muestra.....	45
3.4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos.....	46
3.4.1. Técnicas.....	46
3.4.2. Instrumentos de Recolección de datos.....	47
3.4.3. Fuentes de Recolección de datos.....	47
3.5. Validez y confiabilidad del instrumento.....	48
3.6. Plan de recolección y procesamiento de datos.....	52
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	53
4.1. Programa de incentivos laborales.....	53
4.2. Motivación laboral.....	62
4.3. Contrastación de hipótesis.....	73
4.4. Alfa de cronbach.....	75
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN.....	76
CONCLUSIONES.....	79
RECOMENDACIONES.....	80
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	81
ANEXOS.....	83

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Variable Independiente: Programa de incentivos.	39
Tabla N° 2: Variable dependiente: Motivación laboral.....	40
Tabla N° 3: Población.....	45
Tabla N° 4: Plan de recolección y procesamiento de datos.	52
Tabla N° 5. ¿La inmobiliaria JC & R S.A.C le otorga algún tipo de beneficio motivacional?.	53
Tabla N° 6. ¿Lo que recibe como motivación laboral cumple con sus expectativas?.	54
Tabla N° 7. ¿Son buenas las condiciones salariales?.....	55
Tabla N° 8. ¿Está de acuerdo con la remuneración que le da la empresa por su desempeño laboral?.....	56
Tabla N° 9. ¿Está identificado con la historia y trayectoria de la inmobiliaria?.	57
Tabla N° 10. ¿El nombre de la empresa y su posición en el sector es gratificante para usted?.....	58
Tabla N° 11. ¿Le gusta asumir nuevas responsabilidades en el trabajo, además de las que ya posee?.	59
Tabla N° 12. ¿Está comprometido en cumplir con las metas de la empresa?.	60
Tabla N° 13. ¿Se siente interesado por todo lo que sucede en la inmobiliaria, y su futuro?.	61
Tabla N° 14. ¿Se siente partícipe de los éxitos y fracasos de su área de trabajo?.	62
Tabla N° 15. ¿Se siente parte de su equipo de trabajo?.....	63
Tabla N° 16. En relación a los reconocimientos, durante el tiempo que está laborando la inmobiliaria: ¿se los ha otorgado?.	64
Tabla N° 17. ¿La inmobiliaria le proporciona oportunidades para su desarrollo profesional?.....	65
Tabla N° 18. ¿La inmobiliaria le brinda la oportunidad de ascender de cargo?.	66
Tabla N° 19. ¿Considera buenas las condiciones de trabajo que la inmobiliaria promueve?.	67
Tabla N° 20. ¿La carga de trabajo está bien distribuidas?.....	68

Tabla N° 21. ¿Funciona correctamente la comunicación interna dentro de su área de trabajo?.....	69
Tabla N° 22. ¿Considera asertiva la relación entre usted y su jefe inmediato?.....	70
Tabla N° 23. ¿Recibe la formación necesaria para desempeña correctamente su trabajo?.....	71
Tabla N° 24. Cuando se implantan nuevos mecanismos y es necesaria formación específica, ¿la empresa le proporciona dicha formación?.....	72
Tabla N° 25: Tabla de contingencia	74
Tabla N° 26: Prueba Estadística de Chi Cuadrado	74

INDICE DE GRÁFICOS

Figura N° 1. ¿La inmobiliaria JC & R S.A.C le otorga algún tipo de beneficio motivacional?.....	53
Figura N° 2. ¿Lo que recibe como motivación laboral cumple con sus expectativas?.....	54
Figura N° 3. ¿Son buenas las condiciones salariales?.....	55
Figura N° 4. ¿Está de acuerdo con la remuneración que le da la empresa por su desempeño laboral?.....	56
Figura N° 5. ¿Está identificado con la historia y trayectoria de la inmobiliaria?.....	57
Figura N° 6. ¿El nombre de la empresa y su posición en el sector es gratificante para usted?.....	58
Figura N° 7. ¿Le gusta asumir nuevas responsabilidades en el trabajo, además de las que ya posee?.....	59
Figura N° 8. ¿Está comprometido en cumplir con las metas de la empresa?..	60
Figura N° 9. ¿Se siente interesado por todo lo que sucede en la inmobiliaria, y su futuro?.....	61
Figura N° 10. ¿Se siente partícipe de los éxitos y fracasos de su área de trabajo?.....	62
Figura N° 11. ¿Se siente parte de su equipo de trabajo?.....	63
Figura N° 12. En relación a los reconocimientos, durante el tiempo que está laborando la inmobiliaria: ¿se los ha otorgado?.....	64

Figura N° 13. ¿La inmobiliaria le proporciona oportunidades para su desarrollo profesional?.....	65
Figura N° 14. ¿La inmobiliaria le brinda la oportunidad de ascender de cargo?.....	66
Figura N° 15. ¿Considera buenas las condiciones de trabajo que la inmobiliaria promueve?.....	67
Figura N° 16. ¿La carga de trabajo está bien distribuidas?.....	68
Figura N° 17. ¿Funciona correctamente la comunicación interna dentro de su área de trabajo?.....	69
Figura N° 18. ¿Considera asertiva la relación entre usted y su jefe inmediato?.....	70
Figura N° 19. ¿Recibe la formación necesaria para desempeña correctamente su trabajo?.....	71
Figura N° 20. Cuando se implantan nuevos mecanismos y es necesaria formación específica, ¿la empresa le proporciona dicha formación?.....	72
Figura N° 21: Contrastación de hipótesis	75

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, los avances tecnológicos y los constantes cambios en los procesos productivos han impulsado a las organizaciones a crear nuevas tendencias para estimular al personal todo esto con el objetivo de lograr perdurar en el tiempo y cumplir con eficiencia las funciones requeridas. Remunerar al personal no solo involucra ofrecerles un salario por su servicio hay que tener presente otros factores como el reconocimiento y al estima. Esta necesidad de satisfacer diferente expectativas de los individuos está relacionada con la capacidad que tenga la organización para mantener motivados al recurso humano.

Es difícil creer que existan organizaciones que no se preocupan por incentivar a su personal ni aplicar planes o estrategias que refuercen la motivación y así lograr un ambiente laboral dinámico donde todos estén dispuestos a dar lo mejor de sí mismo.

Las empresas dependen en gran medida del capital humano que las conforma, por lo cual estos constituyen un activo vital para su funcionamiento, pero con el transcurso del tiempo y debido al crecimiento acelerado y desorganizado de las empresas, así como la necesidad de aumentar la eficiencia y competitividad en ellas poco a poco se han ido dejando de lado las necesidades de estos, lo que ha generado descontento de parte de estos y por consiguiente la labor es realizada con deficiencia.

De allí, que en los últimos años se hayan generado una serie de teorías orientadas al estudio de su comportamiento y determinación de sus necesidades, con el propósito de lograr un mayor nivel de satisfacción, desarrollando al máximo las capacidades y el desempeño de las funciones del recurso humano, beneficiando a la empresa a través de objetivos comunes.

Por consiguiente, los gerentes deberían tener como principal preocupación, lograr que los grupos de trabajo sean más productivos, eficientes y estén motivados a realizar las tareas para alcanzar los objetivos establecidos, logrando la satisfacción laboral y al mismo tiempo el beneficio de la organización.

La motivación constituye una preocupación para las organizaciones, ya que ésta se considera como un punto clave en el desempeño de los individuos lo

cual se pondría de manifiesto en la productividad, objetivos y metas que se plantee la organización.

Uno de los principios de las organizaciones es plantearse precisamente objetivos y metas que los conlleva al lucro, pero para ello es necesario que el trabajador se sienta identificado y comprometido con la organización y lo demuestre a través de un buen desempeño. Es por ello cuán importante es la motivación, ya que mientras más motivado esté el trabajador más productiva será su labor, surgiendo de allí una relación entre motivación y desempeño laboral.

Un plan de incentivo es una herramienta que permite asegurar el talento humano en la organización así como aprovechar lo mejor de las habilidades de cada individuo en función de concretar los objetivos organizacionales. Todos los individuos necesitan ser estimulados de distintas formas con la finalidad de cubrir las expectativas tanto personales como profesionales.

Además, deben servir de guías para ayudar a los empleados a canalizar mejor sus áreas de competencia para que así estos puedan captar e internalizar más toda la información que manejan relacionada con el cargo que desempeñan.

La metodología utilizada para llevar a cabo el proyecto se basa en una investigación de carácter descriptivo - correlacional, aplicando un cuestionario a nuestra muestra, que permita definir las expectativas que tienen con respecto al programa de incentivos, salario, considerando éstos como factores que inciden directamente en la motivación laboral.

En base a lo anteriormente establecido la siguiente investigación está estructurada de la siguiente manera.

En el primer capítulo, se describe la situación real respecto a la importancia que han ido obteniendo las personas en las organizaciones, tomando en cuenta los factores que pueden asegurar un mejor desempeño y cómo las empresas pueden influir en el mejoramiento de estos factores para mantener a sus integrantes motivados. Adicionalmente se presentan los objetivos planteados para llevar a cabo esta investigación y en base a los datos obtenidos de la Inmobiliaria JC & R S.A.C de la ciudad de Moyobamba sobre su programa de incentivos y la motivación de sus empleados, brindar ciertas conclusiones al respecto.

El segundo capítulo aborda las bases teóricas relacionadas con temas de la investigación que permiten sustentar la misma. Entre ellas se encuentra la el programa de incentivos, motivación laboral, algunas teorías referentes a la motivación laboral y definiciones de ciertos términos relevantes en el proyecto. Luego, se presenta el tercer capítulo, el cual describe la metodología aplicada, las unidades de análisis, el instrumento de recolección de datos y la población evaluada para lograr los objetivos planteados.

En base a esta información, se realizó el cuarto capítulo que contiene los resultados y análisis obtenidos mediante la aplicación del instrumento de recolección de datos a los miembros la Inmobiliaria JC & R S.A.C de la ciudad de Moyobamba.

Por último, se presenta el análisis de los resultados y las conclusiones de la investigación.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema.

Un plan es una intención o un proyecto. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra.

Un incentivo es algo que motiva o anima a un individuo a hacer algo, los planes de incentivos son campañas sistemáticas dirigidas a personas que están vinculadas a las empresas. Los planes de incentivos dependen de cada institución y abarca los aspectos financieros y no financieros, directos e indirectos de la remuneración, que buscan motivar al trabajador para que continúe aportando su máxima eficiencia a la empresa.

Para Mondy y Noé (1998) Los planes de incentivos consisten en el conjunto de instrumentos que permiten operar lo relacionado con la recompensa, cuyo propósito primordial consiste en mejorar la productividad del empleado a fin de obtener una ventaja competitiva. (p 408)

Inmobiliaria JC & R S.A.C inscrita con la partida registral N° 11079316 del Registro de predios de la oficina registral de la ciudad de Moyobamba, es una entidad responsable y comprometida con el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades donde se desarrollan, por lo que siempre está en un proceso de mejora continua de sus servicios, procesos, personal y el impacto que estos tienen sobre la comunidad, medio ambiente y la sociedad.

La empresa ha venido sosteniendo un crecimiento económico y un posicionamiento en el mercado muy atractivo, lo cual no se ha visto reflejado en la mejora de las condiciones laborales tanto en lo técnico como en lo económico. Hace aproximadamente un año la empresa ha elevado sus ventas 30% en promedio, esto a consecuencia de la activa labor de la fuerza de ventas con la que cuenta la empresa y los incentivos que en ese entonces se reconocían a los colaboradores quienes son personal antiguo de la empresa; y el cual este último año (2018) no se ha visto beneficiado específicamente en la parte remunerativa, lo cual ha generado un descontento y un desinterés en colaborar activa y agresivamente en la promoción de ventas, ya que según la modalidad empleada actualmente de recortar los incentivos, resulta igual la

remuneración para el que vende más como para el que vende menos comparándolas en un mismo horizonte de tiempo.

La desmotivación por parte de los empleados se ha visto reflejado en la generación de un clima laboral negativo, una baja producción de la fuerza de ventas y una disminución en la rentabilidad y el crecimiento sostenido que se venía obteniendo, por ello se está demostrando teóricamente mediante un estudio, la relación y repercusión que guarda el programa de compensación e incentivos con la motivación de los empleados, estos resultados sirven de eje de acción a la actual administración para adoptar medidas correctivas de considerarlo pertinente.

1.2. Formulación del problema.

De acuerdo a lo antes descrito surge la siguiente interrogante:

¿Cuál es la relación entre el programa de incentivos laborales y la motivación al personal de la Inmobiliaria JC & R S.A.C, Moyobamba -2018?

1.3. Objetivos de la investigación.

1.3.1. Objetivo General.

Determinar la relación que existe entre el Programa de incentivos laborales y la motivación al personal de la Inmobiliaria JC & R S.A.C de la ciudad de Moyobamba.

1.3.2. Objetivos Específicos.

- Describir el Programa de Incentivos que aplica al personal la Inmobiliaria JC & R S.A.C
- Determinar el nivel de satisfacción de los empleados aplicando un instrumento de medición.
- Determinar incentivo laboral del programa que tiene más influencia en la motivación del personal.
- Sustentar los resultados de la presente investigación.

1.4. Justificación del estudio.

El factor humano es de suma importancia en toda organización es por esta razón que toda empresa debe garantizar y mantener el buen estado físico y

mental de cada trabajador, Se dice que el incentivo más poderoso que pueden utilizar los Gerentes es el reconocimiento personalizado e inmediato, Unas palabras de agradecimiento dichas sinceramente por la persona apropiada en el momento oportuno pueden significar más para un empleado que un aumento de sueldo, una recompensa formal o toda una pared de certificados o placas.

Existen muchos factores que inciden sobre el personal y esto es debido a que el hombre presenta características en su comportamiento tales como: proactividad, socialización, manifestación de necesidades; por lo que se percibe, evalúa, elige y manifiesta sus capacidades a partir de ello.

El incentivo se define como la recompensa total, que abarca los aspectos financieros y no financieros, condicionada a la medición del resultado de un trabajo o a la observancia de ciertas normas de conducta (Town,2004).

Teniendo presente lo anteriormente descrito, las empresas deben emplear los incentivos como una herramienta para la mejora de la productividad, es por ello que ha surgido la inquietud de desarrollar la investigación basada en la mejora del programa de incentivos al personal de la inmobiliaria.

Esta investigación contribuirá especialmente en identificar la relación existente entre el programa de incentivos y la motivación de los trabajadores de la inmobiliaria, esto será de vital importancia ya que permitirá determinar que tanto vine influyendo el programa con la motivación, que a su vez afecta la productividad de los colaboradores y en el crecimiento de la organización.

Así mismo sirve como referencia para que las empresas del sector y afines puedan desarrollar programas de incentivos adecuados y oportunos que permitan un mayor crecimiento organizacional, un buen clima laboral y la satisfacción de su recurso humano, lo cual se considera factor determinante para que la organización pueda crecer en un mercado cada vez más competitivo.

Por último, el desarrollo del presente trabajo de investigación permitirá ampliar los conocimientos adquiridos por parte del investigador durante los estudios y aplicarlos en el desarrollo del mismo, e igualmente servirá como base para futuros investigadores que deseen realizar estudios sobre temas relacionados.

1.5. Limitaciones de la investigación.

- En cuanto a las limitaciones se presentan las siguientes:

- Tiempo de ejecución, ya que al realizar actividades durante el día dificulta el desarrollo constante de la misma.
- La pre-disponibilidad de las personas trabajadoras de la Inmobiliaria JC & R S.A.C para brindar la suficiente información y colaborar con la investigación.
- Los recursos económicos por parte de la autora, porque se necesita invertir en copias, materiales, herramientas para facilitar la investigación y desarrollarlo eficientemente.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del estudio.

Los antecedentes consultados, orientan el desarrollo de la investigación, ya que, están vinculados directamente con la problemática, tal como se muestra a continuación:

2.1.1. Internacionales.

- Lorena Barón Méndez (2012) en su investigación titulada “El salario como factor de motivación de los empleados del sector bancario de la Ciudad de Barquisimeto, México, concluye que:
 - ✓ Desde el punto de vista del análisis realizado a la relación entre el salario y la motivación bajo la perspectiva teórica, se puede concluir que el mismo no es un factor motivador; si no que motiva en la medida de la importancia que otorga el individuo a las necesidades que permite satisfacer.

- Valeria Bedodo Espinoza (2013) de Chile en su investigación realizada cuyo título es “Motivación laboral y compensaciones” llego a la siguiente conclusión:
 - ✓ Respecto al modo en que se relacionan la motivación laboral y las compensaciones, es posible reconocer la existencia de una tendencia que permite plantear las compensaciones, entendidas en su concepción integral, se relacionan con la motivación en el trabajo, de manera que, correctamente diseñadas, lograr influir en la motivación de los empleados a mostrar mejores desempeños.
 - ✓ La compensación integral influirá en la motivación en tanto combina estímulos tanto extrínsecos como intrínsecos; extrínsecos en el caso del componente monetario, e extrínsecos en su componente intangible asociado a la actividad misma y su contexto laboral

- Colmenares (2010) titulado “Propuesta Plan de Incentivos Laborales como Herramienta del Sistema de Motivación al Logro de los Trabajadores del Departamento de Recursos Humanos caso (fundadeporte), realizado en el Universidad de Carabobo - Venezuela,

para optar al título Licenciado en Relaciones Industriales, con el objetivo de proporcionar herramientas para que sus empleados crezcan intelectualmente y productivamente, a fin de que pueda adaptarse fácilmente a los cambios que ocurren en su entorno. De allí surge el interés de realizar una investigación con el objetivo de proponer un plan de incentivos laborales como herramienta del sistema de motivación al logro de los trabajadores del departamento de Recursos Humanos caso (Fundadeporte), su población estuvo constituida por el personal del área de Recursos Humanos, un total de 8 empleados. Fue dirigida a los trabajadores del área antes mencionada, ya que no se encontraban lo suficientemente motivados.

En la investigación antes expuesta, se menciona lo importante y el grado de satisfacción que son los incentivos ya que permiten un mejor rendimiento y una alta aplicabilidad por parte de los empleados, y así mismo logran optimizar efectivamente las actividades que desempeñan generando mayor productividad y satisfacción tanto para los trabajadores como para los jefes.

2.1.2. Nacionales.

- Rodríguez Gómez, Juan Carlos (2012) en su tesis “Influencia de la motivación en el aumento de la eficiencia en los trabajadores de la empresa Telefónica Oficina Trujillo”. Llego a la siguiente conclusión:
 - ✓ La motivación de los trabajadores de la empresa Telefónica del Perú oficina Trujillo, es importante porque mediante ésta se logrará alcanzar una mayor eficiencia medida por el cumplimiento de metas de atención así como de ventas de productos que deben ser realizados por los trabajadores que se encargan de la atención al cliente.
 - ✓ Con técnicas de motivación relacionadas con bonos de productividad de alcanzar un mejor rendimiento en los trabajadores.

- Barreto Guarniz, María Soledad (2013) en su tesis “Relación entre la remuneración y la productividad de los Trabajadores de la Empresa Servicios Generales E.I.R.L.”, concluyo que:

- ✓ Existe mayor motivación hacia el logro de objetivos por la obtención de una mayor remuneración.
 - ✓ Existe una relación directa entre el personal que mayor remuneración recibe con el que mayor producción realiza.
- Jara Torres, Víctor (2011) en su título “Evaluación de los resultados de un plan de motivación en el crecimiento de la competitividad la empresa Constructora Bectek- Trujillo” llega a la conclusión:
 - ✓ El plan de motivación implementado permitirá que los empleados puedan trabajar mejor porque estarán con un conocimiento exacto de los beneficios a los que tiene derechos por las metas alcanzadas y esto permitió que el nivel de competitividad de la empresa aumente, que se mide por medio de indicadores como utilidad neta, incremento del número de clientes, proyectos de construcción realizadas y participación en el mercado.

2.1.3. Regionales.

- Sánchez Dávila, Keller (2010) en su investigación “Clima organizacional y su relación con la motivación laboral del personal de salud de las microrredes Cuñumbuque y Tabalosos -2010”, llegando a las conclusiones:
 - ✓ El clima organizacional en la microrred Cuñumbuque es de 59.4% y en la microrred Tabalosos de 62%, predominando el nivel promedio en ambas microrredes de Salud; así mismo presentan nivel alto de clima organizacional con similares porcentajes en ambas microrredes de Salud con un 40.6% en la microrred Cuñumbuque y un 37.5% en la microrred Tabalosos; lo notable es que en ambas redes no se percibe un nivel bajo de clima organizacional. La prueba de Chi cuadrado no muestra diferencia significativa debido a que la probabilidad de 0.5 es mayor a 0.05, es decir que de acuerdo a la percepción de los trabajadores no hay diferencia en el clima organizacional según microrredes de Salud.

- ✓ La motivación laboral alcanzó un nivel medio en la microrred Cuñumbuque, con 59.4% y en la microrred Tabalosos alcanzó un 81.3%. También existe un nivel alto en ambas microrredes predominando este nivel en la microrred Cuñumbuque con 37.5 %; mientras la microrred Tabalosos sólo alcanzó el 15.6 %; en el nivel bajo de motivación laboral comparten el mismo porcentaje de un 3.1 % las microrredes Cuñumbuque y Tabalosos, siendo este valor un mínimo porcentaje que dista mucho de los demás niveles de satisfacción laboral. Sin embargo la prueba de chi cuadrado no muestra diferencia significativa debido a que la probabilidad de 0.1373 es mayor a 0.05; es decir, que no hay diferencia entre los niveles de satisfacción laboral percibidos por los trabajadores en cada uno de las microrredes.

2.1.4. Locales.

Al no haber encontrado antecedente local, no se ha tomado en cuenta en el desarrollo de esta investigación.

2.2. Bases Teóricas.

2.2.1. Programa de incentivos.

Incentivo, del latín *incentivus*, es aquello que mueve a desear o hacer algo. Puede tratarse algo real (como dinero) o simbólico (la intención de dar u obtener una satisfacción).

Nadler y Tushman (1999)

Argumentan que los sistemas de incentivos se encuentran entre los procesos de apoyo más importantes para fortalecer las conexiones estructurales a través de la organización, puesto que son un instrumento para motivar el comportamiento requerido de sus miembros. En consecuencia, señalan los autores, debe haber un alto grado de consistencia e integración entre esas conexiones estructurales y los esquemas de incentivos; de otra forma, la organización estará enviando señales conflictivas que traerán consigo confusión, frustración y desempeños inadecuados.

Jensen y Meckling (1976)

Pioneros de la teoría de agencia, afirmaron que esta teoría tiene como propósito fundamental describir las relaciones que se establecen entre una parte, llamada el principal y otra a quien le delega trabajo, más cierto grado de autoridad, denominada el agente. Para regular esa relación se utiliza el término de “contrato”. De este modo, Eisenhardt (1989) indica que la teoría positiva de agencia se centra en la identificación de situaciones en las cuales el principal y el agente probablemente tienen conflictos de objetivos.

Jensen y Meckling (1976, 1992), al igual que Eisenhart (1989).

Significaron el problema de agencia desde el punto de vista del grado de separación de los intereses entre el propietario y los gerentes, por lo que se hizo necesario estructurar una relación contractual que ofrezca al agente incentivos adecuados para tomar decisiones que maximicen la riqueza del principal, partiendo de que existe incertidumbre y control imperfecto. Es aquello que se propone estimular o inducir a los trabajadores a observar una conducta determinada que, generalmente, va encaminada directa o indirectamente a conseguir los objetivos de: más calidad, más cantidad, menos coste y mayor satisfacción; de este modo, se pueden ofrecer incentivos al incremento de la producción, siempre que no descienda la calidad, a la asiduidad y puntualidad (premiándola), al ahorro en materias primas. Estímulo que se ofrece a una persona, grupo o sector de la economía con el fin de elevar la producción y mejorar los rendimientos. Parte variable del salario o un reconocimiento que premia un resultado superior al exigible.

2.2.1.1. Origen de los Incentivos.

Halsey (1948) El objetivo de los incentivos, es motivar a los trabajadores de una empresa para que su desempeño sea mayor en aquellas actividades realizadas, que quizá, esto no sea motivo suficiente para realizar dicha actividades con los sistemas de compensación, tales como el pago por hora, por antigüedad o ambos. El objetivo que las empresas pretenden obtener con la aplicación de los

planes de incentivos, es mejorar el nivel de desempeño de los empleados, para que éste se lleve a cabo es necesario que los planes reúnan las siguientes características.

- El incentivo debe beneficiar tanto al trabajador como a la empresa.
- Los planes deben ser explícitos y de fácil entendimiento para los trabajadores.
- Los planes deben tener la capacidad para llevar el control de la producción dentro de la empresa.

Además de los objetivos anteriormente mencionados existen otros objetivos dentro los cuales están:

- Motivar al empleado a ser lo más productivo posible.
- Promover el aumento de la productividad del recurso humano a través de más y mejor educación, disponibilidad de equipo, etc.
- Retener el personal valioso.
- Desalentar a los trabajadores indeseables de que permanezcan en la empresa.
- Atraer el mejor recurso humano disponible en el mercado.
 - Ahorrar cuanto sea posible, especialmente en lo referente a cargas sociales y gestión de algunos beneficios particulares, tales como seguros, pensiones, etc.

2.2.1.2. Tipos de programa.

Halsey (1948) plantea los siguientes tipos de programas:

- En primer lugar, los sueldos o salarios son los pagos periódicos que los empleados reciben por su labor mientras trabajan para una empresa.
- En segundo lugar, están los pagos de primas o incentivos, basados en el rendimiento de cada empleado, de su unidad de negocio o del conjunto de la empresa, comúnmente denominados retribución variable. Su cuantía depende de los resultados y no está garantizada. La diferencia entre las retribuciones variables y un salario estable varían enormemente.
- En tercer lugar, la mayoría de las organizaciones ofrecen a sus empleados seguridad financiera o servicios que normalmente deberían pagar por sí mismos, conocidos como prestaciones. Entre estos

servicios pueden estar el seguro de asistencia médica, prestaciones de pensiones y jubilación y medios de transporte. No se consideran herramientas necesarias para hacer el trabajo.

- Por último, cada vez está más extendido entre las empresas el uso de programas formales de reconocimiento para premiar a sus empleados por los objetivos conseguidos y por sus aportaciones especiales. Normalmente, estos premios adoptan la forma de certificados, reconocimiento público, cartas de recomendación o promociones.

El Hay dos distinciones que deben establecerse al analizar estos cuatro tipos de retribución: las retribuciones en metálico frente a las no pagadas en metálico y comunes a todos los empleados frente a las retribuciones en función del rendimiento individual o de grupo.

En ambos casos, la primera categoría de retribuciones proporciona estabilidad, seguridad y derechos; la segunda proporciona oportunidades y reconocimiento. Este marco de análisis puede utilizarse para valorar la cartera de programas de compensación de una empresa y permite a los directivos determinar si sus programas son coherentes con los valores y estrategias de su empresa.

2.2.1.2.1. Programa de Incentivos según Chiavenato (2004)

- Beneficios

Son los pagos financieros no monetarios ofrecidos por la organización a sus empleados, para garantizarle una mejor calidad de vida y motivación en el trabajo.

- Compensación financiera

Existen dos tipos de compensación la financiera y la no financiera. La compensación no financiera tiene que ver más con el reconocimiento por el trabajo bien hecho, con generar las condiciones para que el trabajo sea estimulante, haya seguridad en el empleo y oportunidades de desarrollo.

- La compensación financiera se divide en directa e indirecta.

- La compensación directa se divide a su vez en remuneración fija (salarios, aguinaldos, entre otros) y variable (bonos, comisiones, participación en utilidades, etc.).
- La compensación financiera indirecta es aquella que el trabajador no recibe en dinero, sino que puede recibirla en especie o la empresa paga a un tercero en beneficio del trabajador.
- Convenios colectivos
Este es un acuerdo entre representantes de las empresas como los representantes de los trabajadores como resultado de una negociación colectiva en materia laboral.
- Seguridad de vida
La seguridad es el sentimiento de protección frente a carencias y peligros externos que afecten negativamente la calidad de vida; en tanto y en cuanto se hace referencia a un sentimiento, los criterios para determinar los grados de seguridad pecarán de tener algún grado de subjetividad.
- Desarrollo profesional
El desarrollo profesional es fruto de la planeación de la carrera y comprende los aspectos que una persona enriquece o mejora con vista a lograr objetivos dentro de la organización.
- Sistemas de recompensas
Las recompensas organizacionales, tales como pagos, promociones y otros beneficios, son poderosos incentivos para mejorar la satisfacción del empleo y su desempeño.

2.2.1.2.1. Programa de Incentivos según Stoner (2005).

Stoner (2005) establece lo siguiente:

- Incentivos salariales
Son pagos hechos por la organización a sus trabajadores (salarios, premios, beneficios sociales, oportunidades de progreso, estabilidad en el cargo, supervisión abierta, elogios, etc.), a cambio de contribuciones, cada incentivo tiene un valor de utilidad que es subjetivo, ya que varía

de un individuo a otro; lo que es útil para un individuo puede ser inútil para otro. Los incentivos se llaman también alicientes, recompensas o estímulos.

- Satisfacción interna

La satisfacción interna, independiente del medio ambiente, del mundo problemático, es una posesión muy valiosa, y es cercana al alma.

- Productividad

La productividad es la relación entre la producción obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción.

- Reconocimiento como incentivo

Emerson Harrington (1998) Refiere que “otro incentivo relevante para el empleado es el reconocimiento moral, que puede ser la concepción de un diploma despedida por jubilación, un conmemorativo, placa, sino además unas palabras de alabanzas dichas en el momento oportuno”.

- Seguridad como incentivo

Steven Berry (1999) Señala “el empleado que se encuentra razonablemente seguro, disfruta de un tipo de libertad e independencia que le incita a compartir con más exaltación al trabajo y a trabajar hacia el logro de los objetivos de la organización”.

La mayoría de los empleados desean lograr seguridad en sus empleos, desean sentir que están apoyados contra la pérdida de su empleo y de sus beneficios ya que esta puede ser debido a un accidente, una enfermedad, u otras causas. De esta manera, la seguridad es un incentivo positivo para el trabajador.

2.2.2. Motivación Laboral.

- Según Stephen P. Robbins (2004), la motivación son procesos que dan cuenta de la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo de un individuo por conseguir una meta.
- Según Eduardo Soto (2001), es la presión interna surgida de una necesidad, que excitando las estructuras nerviosas, origina un estado energizador que impulsa al organismo a la actividad; iniciando,

guiando y manteniendo la conducta hasta que alguna meta (objetivo, incentivo) se logra o, la respuesta se bloquea

- Según Jesús García (2005), la motivación es un estado anímico que predispone al individuo a esforzarse para alcanzar alguna meta que desea. Se supone que el estado de motivación surge por la existencia de una necesidad (individual o grupal) insatisfecha. Cuanto mayor sea esa necesidad mayor será la actividad que se despliega para satisfacerla.
- Según Idalberto Chiavenato (2004). La motivación es el resultado de la interacción entre el individuo y la situación que lo rodea. Cabe señalar que un mismo individuo puede tener diferentes niveles de motivación que varían con el tiempo es decir puede estar muy motivado en un momento y menos motivado en otra ocasión. De aquí se concluye que el nivel de motivación varía entre las personas y en una misma persona.

2.2.2.1. Fases centrales del proceso.

Un principio esencial de la motivación afirma que el desempeño es una función del nivel de capacidad y motivación de una persona.

Muchas veces este principio se expresa mediante la fórmula.

Desempeño = f (capacidad X motivación)

Según este principio, no se puede realizar tarea alguna con éxito a menos que la persona que debe realizarla tenga la capacidad de hacerlo. La habilidad es el talento de la persona para realizar tareas relacionadas con las metas. Sin embargo, sin importar la competencia de una persona, la habilidad por sí sola no basta para el desempeño en niveles altos. También hace falta que la persona desee alcanzar ese nivel de desempeño. Por lo general, los estudios de la motivación se relacionan con:

La motivación también es considerada como el impulso que conduce a una persona a elegir y realizar una acción entre aquellas alternativas que se presentan en una determinada situación.

- Lo que impulsa el comportamiento.
- La dirección que éste sigue.

- La forma de mantener tal comportamiento.

El proceso motivacional se inicia con la identificación de las necesidades de una persona, como se muestra en la Fase 1 de la siguiente figura. Las necesidades son deficiencias que una persona experimenta en un momento determinado. Estas deficiencias son psicológicas (como la necesidad de reconocimiento), fisiológicas (como la necesidad de agua, aire o alimento) o sociales (como la necesidad de amistades). Es frecuente que las necesidades actúen como energizadores. Es decir, las necesidades crean tensiones internas en la persona, que le resultan incómodas por lo que es probable que haga un esfuerzo (Fase 2) para reducirlas o eliminarlas.

La motivación se encamina hacia las metas (Fase 3). La meta es un resultado específico que quiere alcanzar la persona. Por ejemplo, algunos empleados muestran un poderoso impulso por avanzar en su carrera profesional y la expectativa de que trabajando horas extra en proyectos muy visibles conducirá a ascensos, aumentos de sueldo y mayor influencia. Quienes luchan por mejorar, pueden tratar de trabajar en problemas importantes para la organización con el fin de mejorar su posición e influencia con la administración de nivel superior (Fase 4). Los ascensos y aumentos de sueldo son dos de las formas en que las empresas intentan mantener las conductas deseables. Se trata de señales (retroalimentación) para que los empleados comprendan si son adecuadas sus necesidades de progreso y reconocimiento, y sus conductas (Fase 5). Una vez que los empleados reciben premios o castigos, reconsideran sus necesidades (Fase 6). (Arias, 1996).

2.2.2.2 Características de la Motivación.

Bohlander (2008) El estudio de la motivación permite entender y conocer el comportamiento humano, lo que a su vez permite preverlo y, por tanto controlarlo a través de las necesidades o motivos que impulsan el actuar de cada empleado y de los objetivos o metas que lo dirigen.

- Es oculta. Muchas veces la motivación es oculta, no se ve, sólo se ve lo que hace la persona. Así como los mecanismos

fisiológicos (tejidos, glándulas, hormonas) que actúan sobre el comportamiento son directamente observables, la motivación sólo puede deducirse, en parte, a partir de los cambios observados en el comportamiento.

- Es cognoscible, en cuanto que todo individuo con un sistema nervioso equilibrado tiene capacidad de percepción de las necesidades que hay en él.
- Es Recurrente. Las motivaciones son recurrentes, pues con frecuencia, la satisfacción y la consiguiente pérdida de los grupos, principalmente por desempeñar roles sociales que se perciben como "opuestos" (hombres/mujeres, padres/hijos, directivos/trabajadores, ricos/pobres, etc.), tendrán las mayores diferencias en su proceso motivacional, por lo que mostrarán la menor comprensión hacia los demás y tendrán las comunicaciones más pobres. Los atractivos de las metas son temporales. Transcurrido un periodo más o menos largo, el proceso de la motivación vuelve a empezar.
- Es simultáneamente Única y Múltiple. La motivación es única en su tendencia hacia la "supervivencia" y/o hacia la actualización, crecimiento o desarrollo del propio potencial. La motivación es múltiple por la diversidad de campos o áreas en los que se manifiesta esa tendencia o impulso: sexo, seguridad, aprobación, afecto, etc. Tal diversidad convierte el proceso motivacional en complejo por la interacción entre todos los factores confluyentes; y abre la cuestión de si existe alguna carencia más poderosa, y cuál sea la jerarquía entre ellas.

2.2.2.3. Jerarquía de Necesidades (Abraham Maslow).

La Jerarquía de Necesidades de Maslow (2007) es un primer intento de clasificar las motivaciones humanas y comprender su incidencia sobre la conducta. El individuo tiende a satisfacerlas en orden ascendente, de tal manera que organizará su conducta alrededor de la satisfacción de las necesidades de menor orden que estén insatisfechas (las necesidades satisfechas, en otras palabras, no motivan). Cuando las

necesidades que en un momento son motivadoras comienzan a ser satisfechas de manera regular, el individuo comienza a estar motivado por las necesidades del siguiente orden.

- **Necesidades Fisiológicas.**- Su satisfacción es necesaria para sobrevivir. Son el hambre, la sed, el vestido, sueño, sexo, etc. Ejemplo: Estas necesidades son satisfechas con incentivos como salarios y beneficios socioeconómicos.
- **Necesidades de Seguridad.**- Protección contra amenazas o riesgos, reales o imaginarios. Ejemplo: Estas necesidades son satisfechas mediante: estabilidad laboral o protección contra enfermedades profesionales y accidentes de trabajo.
- **Necesidades Sociales O De Afiliación.**-Pertenencia a grupos en los cuales la persona puede dar y recibir afecto. Ejemplo: Relaciones interpersonales en su grupo de trabajo.
- **Necesidades Psicológicas O Del ego.**-Estimación propia y de otros. Ejemplo: Con reconocimientos y ascensos.
- **Necesidades De Autorrealización.**-Desarrollo pleno de la personalidad. Ejemplo: Con la asignación de un trabajo desafiante, adaptado a las expectativas y capacidades del trabajador.

2.2.2.4. Teoría X y Teoría Y (Douglas McGregor).

Los planteamientos de McGregor (1960) pretenden dar cuenta de los supuestos que subyacen en las acciones de los gerentes, y de las consecuencias de esas acciones sobre sus empleados.

- **TEORÍA X:** Contienen una visión tradicionalista y pesimista del hombre y su relación con el trabajo. Esta teoría aclara trabajadores son flojos por naturaleza, trabajan básicamente por dinero, carecen de ambición, no se identifican con la organización, son resistentes al cambio y carecen de aptitudes para el trabajo complejo.
- **TEORÍA Y:** Según esta teoría los trabajadores pueden disfrutar de su trabajo tanto como del juego o el descanso, buscan en el

trabajo gratificaciones de orden superior, son ambiciosos y están dispuestos a asumir nuevas responsabilidades, se identifican con la organización, son susceptibles al cambio y normalmente tienen más aptitudes que las demostradas en el trabajo cotidiano.

2.2.2.5. Teoría de la Motivación-Higiene.

Frederick Herzberg (2001)

Conocida también como Teoría de los dos Factores. Establece que los factores que generan insatisfacción en los trabajadores son de naturaleza totalmente diferente de los factores que producen satisfacción; existen dos tipos de factores:

- Los Factores Higiénicos O Preventivos.- (salario, condiciones ambientales, mecanismos de supervisión, relaciones interpersonales y administración de la organización), evitan la insatisfacción pero no producen motivación satisfacción.
- Los Factores Motivacionales.- (reconocimiento, sentimiento de logro, autonomía o responsabilidad, posibilidades de avance y trabajo en sí) sí producen satisfacción, a condición de que los factores higiénicos estén funcionando aceptablemente. De esta forma, si no están funcionando adecuadamente ninguno de los factores, el individuo se encontrará totalmente insatisfecho y por lo tanto no motivado. Sólo habrá motivación cuando ambas clase de factores estén funcionando adecuadamente.

2.2.2.6. Teoría E.R.C. (Clayton Alderfer).

La Teoría E.R.C. expuesta por Alderfer (1998), considera que los seres humanos tienen tres tipos básicos de necesidades:

- **Necesidades De Existencia (E).**- Que requieren la provisión de los requisitos materiales para la subsistencia del individuo y de la especie.
- **Necesidades De Relación (R).**- De mantener interacciones satisfactorias con otros, sentirse parte de un grupo y dar y recibir afecto.

- **Necesidades De Crecimiento (C).**- Anhelos interior de desarrollo personal y de tener un alto concepto de sí mismo.

2.2.2.7. Teoría de la Motivación Intrínseca.

La Teoría de la Motivación Intrínseca de Kenneth Thomas (2001) parte del hecho de que las organizaciones actuales no buscan la “sumisión” del trabajador, sino su compromiso y su iniciativa. Por lo tanto no son suficientes las recompensas externas con las que antes se “compraba” esa sumisión. El nuevo estilo de trabajo supone que los trabajadores buscan algo más que el dinero y el interés propio en el trabajo, que los trabajadores buscan recompensas intrínsecas con la mera ejecución del trabajo, que esas recompensas internas tienen un alto contenido emocional y que “hacer lo que se debe hacer” provoca que la gente se sienta bien. Esta autodirección exige más iniciativa y compromiso, lo que depende de satisfacciones más profundas que aquellas ofrecidas por las recompensas externas. La autodirección, en consecuencia, ofrece la posibilidad de que el trabajador obtenga cinco grandes recompensas intrínsecas:

- Autonomía. Libertad de elegir las tareas que conducen a la meta y de escoger la forma como tales tareas van a ser realizadas.
- Competencia.-Percepción de que se tiene la capacidad.
- La Destreza.-Necesaria para realizar la tarea.
- Sentido O Significado.- Convicción de que las tareas conducen a una meta o propósito que es altamente valorado por el individuo.
- Progreso.-posibilidad de informarse sobre el avance del trabajador hacia el logro del propósito.

2.2.2.8. Teoría de las Necesidades de McClelland.

David McClelland (2004) sostuvo que todos los individuos poseen:

- Necesidad de logro: Se refiere al esfuerzo por sobresalir, el logro en relación con un grupo de estándares, la lucha por el éxito.
- Necesidad de poder: Se refiere a la necesidad de conseguir que las demás personas se comporten en una manera que no lo

harían, es decir se refiere al deseo de tener impacto, de influir y controlar a los demás.

- Necesidad de afiliación: Se refiere al deseo de relacionarse con las demás personas, es decir de entablar relaciones interpersonales amistosas y cercanas con los demás integrantes de la organización.

Los individuos se encuentran motivados, de acuerdo con la intensidad de su deseo de desempeñarse, en términos de una norma de excelencia o de tener éxito en situaciones competitivas.

En la investigación acerca de la necesidad de logro, McClelland encontró que los grandes realizadores se diferencian de otros por su deseo de realizar mejor las cosas. Buscan situaciones, en las que tengan la responsabilidad personal de brindar soluciones a los problemas, situaciones en las que pueden recibir una retroalimentación rápida acerca de su desempeño, a fin de saber si están mejorando o no y por último, situaciones en las que puedan entablar metas desafiantes; no obstante les molesta tener éxito por la suerte, es decir prefieren el desafío de trabajar en un problema y cargar con la responsabilidad personal del éxito o fracaso. Además evitan las tareas no muy fáciles o muy difíciles. Al superar obstáculos, desean sentir que el resultado, es decir su éxito o fracaso, depende de sus propias acciones. Los grandes realizadores se desempeñan mejor cuando perciben que tienen una oportunidad de éxito del 50% y una de fracaso de 50%, pues así poseen una buena posibilidad de experimentar sentimientos de logro y satisfacción de sus esfuerzos.

Por otra parte los individuos que poseen una alta necesidad de poder, disfrutan el encontrarse a cargo de los demás, se esfuerzan por influenciarlos, además ansían ser colocados en situaciones competitivas y dirigidas al estatus, y tienden a interesarse más por el prestigio y la consecución de influencia sobre los demás, que en el desempeño eficaz.

La tercera necesidad es la de afiliación, que no ha recibido mucha atención por parte de los investigadores. Pero que a la larga crea

un ambiente grato de trabajo, que influye y están claramente relacionadas con las otras necesidades. Por ejemplo, el hecho de mantener buenas relaciones con los demás miembros de la organización, podrá producir que un gerente, más que poder coercitivo sobre sus subordinados, se gane el poder bajo la forma de autoridad; que a la larga le ayudará a conseguir eficientemente las metas trazadas por la organización y las personales en consecuencia.

2.3. Definición de términos.

- **Organización**

La organización es a un mismo tiempo, acción y objeto. Como acción, se entiende en el sentido de actividad destinado a coordinar el trabajo de varias personas, mediante el establecimiento de tareas, roles o labores definidas para cada una de ellas, así como la estructura o maneras en que se relacionarán en la consecución de un objetivo o meta. Como objeto, la organización supone la realidad resultante de la acción anterior; esto es, el espacio, ámbito relativamente permanente en el tiempo, bajo el cual las personas alcanzan un objetivo preestablecido. (Calloway,1964)

- **Motivación**

La motivación son aquellas cosas que impulsan a una persona a realizar determinadas acciones y a persistir en ellas hasta el cumplimiento de sus objetivos. El concepto también se encuentra vinculado a la voluntad y al interés. En otras palabras, la motivación es la voluntad para hacer un esfuerzo y alcanzar ciertas metas. La motivación implica la existencia de alguna necesidad, ya sea absoluta, relativa, de placer o de lujo. Cuando una persona está motivada a “algo”, considera que ese “algo” es necesario o conveniente. Por lo tanto, la motivación es el lazo que lleva esa acción a satisfacer la necesidad.(Malow,2007).

- **Recursos Humanos**

Se designa como recursos humanos al conjunto de trabajadores o empleados que forman parte de una empresa o institución y que se caracterizan por desempeñar una variada lista de tareas específicas a cada sector. Los recursos humanos de una empresa son, de acuerdo a las teorías de administración de empresas, una de las fuentes de riqueza más importantes ya que son las responsables de la ejecución y desarrollo de todas las tareas y actividades que se necesiten para el buen funcionamiento de la misma. El término es muy común hoy en día y se utiliza en diversos aspectos relacionados al ordenamiento empresarial. (Rodriguez, 2010)

- **Incentivo**

Premio o gratificación económica que se le ofrece o entrega a una persona para que trabaje más o consiga un mejor resultado en una acción o en una actividad.(REA)

El término incentivo se utiliza como fuerza propulsora que se utiliza como un medio para alcanzar un fin. Un incentivo aumenta la actividad en la dirección de dicho fin. En la Teoría de la Expectativa, el incentivo laboral puede motivar tanto el desempeño como el compañerismo y la dedicación. El incentivo, en muchas organizaciones, permite la satisfacción de necesidades fisiológicas y de seguridad, también da condiciones para la satisfacción de necesidades sociales, de estima y de auto-realización. Las personas creen que su desempeño es, al mismo tiempo, posible y necesario para obtener nuevos incentivos. (Vroom,1964).

2.4. Hipótesis.

2.4.1. Hipótesis Alternativa (H1).

Sí existe una relación directa e influyente entre el Programa de Incentivos empleada por la Inmobiliaria JC & R S.A.C y la Motivación laboral.

2.4.2. Hipótesis Nula (H0).

No existe una relación directa e influyente entre el Programa de Incentivos empleada por la Inmobiliaria JC & R S.A.C y la Motivación laboral.

2.5. Variables.

2.5.1. Programa de Incentivos (V.I).

2.5.1.1. Definición Conceptual.

Rowan y Bedaux. (1980) La llegada de las empresas a la estructuración de programas o planes de incentivos es reciente como fruto de una toma de conciencia de la responsabilidad social de la empresa e impulsadas por una serie de factores, tales como: actitud del empleado en cuanto los beneficios, exigencias sindicales, legislación laboral y seguridad social, competencia entre empresas para mantener o atraer recursos humanos, contrastes salariales generados indirectamente con el mercado mediante la competencia entre precios de productos y servicios.

2.5.1.2. Definición Operacional.

Operacionalmente la variable programa de incentivos se enmarca en tres dimensiones para evaluarla: satisfacción del personal, la identificación del personal con la empresa y la productividad; así mismo estas se dividen en sub-dimensiones. **Rowan y Bedaux. (1980)**

2.5.2. Motivación de los Empleados (V.D).

2.5.2.1. Definición Conceptual.

La motivación es un medio que moviliza, orienta y regula la actuación de un individuo, con la finalidad de satisfacer sus carencias, generadas con el fin de estimular la actuación del mismo y alcanzar las metas. (Martínez, 2000)

Según Espada (2006) la motivación es el factor base emocional para el ser humano y para cualquier profesional, estar motivado indica realizar las tareas cotidianas sin apatía y sin un sobreesfuerzo adicional.

Se considera que la motivación incluye la presencia de cierta conducta direccional, al existir una táctica instrumental que se lleva a cabo para lograr los objetivos establecidos, de manera que la motivación es, al mismo tiempo, una manifestación de la realidad y una revelación de la personalidad. Lo que sugiere el nivel en que la motivación moviliza y orienta la actividad hacia el alcance de los objetivos, persiguiendo la eficiencia de las mismas. (Álvarez, 2007).

2.5.2.2. Definición Operacional.

Operacionalmente la variable motivación laboral se enmarca en dos dimensiones para evaluarla: reconocimiento al personal y clima laboral; así mismo estas se dividen en sub-dimensiones. (Martínez, 2000)

2.5.3. Operacionalización de las variables.

2.5.3.1. Variable Independiente: Programa de incentivos.

Tabla N° 1: Variable Independiente: Programa de incentivos.

VARIABLE	DIMENSIONES	SUB-DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA VALORATIVA
PROGRAMA DE INCENTIVOS	Satisfacción del Personal Evalúa el nivel de satisfacción de las necesidades de los trabajadores y directivos de una Organización así como la actitud de los mismos ante la realidad existente. (Newstrom, 2003)	Beneficio Motivacional	¿La inmobiliaria JC & R S.A.C le otorga algún tipo de beneficio motivacional?	Nunca/ Casi nunca/ A veces/ Casi siempre/Siempre
		Expectativas Salariales	¿Lo que recibe como motivación laboral cumple con sus expectativas?	Nunca/ Casi nunca/ A veces/ Casi siempre/Siempre
			¿Son buenas las condiciones salariales?	Nunca/ Casi nunca/ A veces/ Casi siempre/Siempre
		Remuneración	¿Está de acuerdo con la remuneración que le da la empresa por su desempeño laboral?	Nunca/ Casi nunca/ A veces/ Casi siempre/Siempre
	Identificación del personal con la empresa Evalúa el nivel de pertenencia que siente el empleado en la organización. (Nadler, 1999)	Fidelización del personal	¿Está identificado con la historia y trayectoria de la inmobiliaria?	Nunca/ Casi nunca/ A veces/ Casi siempre/Siempre
			¿El nombre de la empresa y su posición en el sector es gratificante para usted?	Nunca/ Casi nunca/ A veces/ Casi siempre/Siempre
			¿Le gusta asumir nuevas responsabilidades en el trabajo, además de las que ya posee?	Nunca/ Casi nunca/ A veces/ Casi siempre/Siempre
	Productividad Evalúa el rendimiento laboral del personal con el cumplimiento de los objetivos propuesto por la organización. (Bohlander, 2008)	Compromiso	¿Está comprometido en cumplir con las metas de la empresa?	Nunca/ Casi nunca/ A veces/ Casi siempre/Siempre
			¿Se siente interesado por todo lo que sucede en la inmobiliaria, y su futuro?	Nunca/ Casi nunca/ A veces/ Casi siempre/Siempre

2.5.3.2. Variable dependiente: Motivación laboral.

Tabla N° 2: Variable dependiente: Motivación laboral.

VARIABLE	DIMENSIONES	SUB-DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA VALORATIVA	
MOTIVACIÓN LABORAL	Reconocimiento Evalúa el alineamiento de los intereses y deseos de los empleados con los objetivos de la empresa. (Robbins, 2004)	Trabajo en Equipo	¿Se siente participe de los éxitos y fracasos de su área de trabajo?	Nunca/ Casi nunca/ veces/ siempre/Siempre	A Casi
			¿Se siente parte de su equipo de trabajo?	Nunca/ Casi nunca/ veces/ siempre/Siempre	A Casi
			En relación a los reconocimientos, durante el tiempo que está laborando la inmobiliaria: ¿se los ha otorgado?	Nunca/ Casi nunca/ veces/ siempre/Siempre	A Casi
		Oportunidades de Crecimiento	¿La inmobiliaria le proporciona oportunidades para su desarrollo profesional?	Nunca/ Casi nunca/ veces/ siempre/Siempre	A Casi
			¿La inmobiliaria le brinda la oportunidad de ascender de cargo?	Nunca/ Casi nunca/ veces/ siempre/Siempre	A Casi
		Clima Laboral Evalúa las percepciones de los empleados sobre el ambiente de trabajo y que repercuten sobre el comportamiento y la productividad. (Arias, 1996)	Bienestar	¿Considera buenas las condiciones de trabajo que la inmobiliaria promueve?	Nunca/ Casi nunca/ veces/ siempre/Siempre
	¿La carga de trabajo está bien distribuida?			Nunca/ Casi nunca/ veces/ siempre/Siempre	A Casi
	Comunicación asertiva		¿Funciona correctamente la comunicación interna dentro de su área de trabajo?	Nunca/ Casi nunca/ veces/ siempre/Siempre	A Casi
			¿Considera asertiva la relación entre usted y su jefe inmediato?	Nunca/ Casi nunca/ veces/ siempre/Siempre	A Casi
	Capacitación		¿Recibe la formación necesaria para desempeña correctamente su trabajo?	Nunca/ Casi nunca/ veces/ siempre/Siempre	A Casi

			Quando se implantan nuevos mecanismos y es necesaria formación específica, ¿la empresa le proporciona dicha formación?	Nunca/ Casi nunca/ veces/ siempre/Siempre	A Casi
--	--	--	--	---	-----------

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.

3.1. Tipo y nivel de investigación.

3.1.1. Tipo de investigación.

El tipo de investigación a emplear es descriptivo – correlacional (Arias, 1999) puesto que se busca llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. En este caso buscamos identificar las actitudes y actividades que realizan los empleados de la Inmobiliaria JC & R S.A.C de la ciudad de Moyobamba e identificar la relación entre estos.

3.1.2. Nivel de Investigación.

Según Sierra, (2002, p.142), el nivel de investigación del presente estudio es básica, porque: “En éstos estudios se deben determinar y definir previamente las variable, algunas veces se pueden formular hipótesis para probarse por métodos estadísticos. Se trabaja con muestras representativas”. Puesto que para el desarrollo de esta investigación se han definido las variables: Programa de incentivos y motivación.

3.1.4. Diseño.

El diseño de la investigación que más se adapta o se ajusta al presente estudio es el, descriptivo correlacional, cuyo esquema está representado de la siguiente forma:



Dónde:

M: Representa la muestra formada por 24 trabajadores de la Inmobiliaria JC & R S.A.C

Ox: Información sobre el programa de Incentivos aplicado por la Inmobiliaria JC & R S.A.C.

Oy: Información sobre la motivación laboral de los empleados de la Inmobiliaria JC & R S.A.C.

r: Relación de programa de incentivos y la motivación laboral de los empleados de la inmobiliaria JC & R S.A.C

3.1.4. Método.

- **Método Científico:**

Efi de Gortari (1980) escribe: "El método científico es una abstracción de las actividades que los investigadores realizan, concentrando su atención en el proceso de adquisición del conocimiento".

Kerlinger (1981) describe el método científico como: "La manera sistemática en que se aplica el pensamiento al investigar, y es de índole reflexiva".

- **Método Deductivo**

La deducción va de lo general a lo particular. El método deductivo es aquel que parte de los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico varias suposiciones, es decir parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.

Cunado un científico comienza su trabajo en teoría y a partir de ella, aplicando razonamientos lógicos-deductivos, acaba ampliando, precisando o corrigiendo dicha teoría, está utilizando lo que se llama el método deductivo (Pareda, 1987).

3.1.5. Alcance de la investigación.

El alcance de esta investigación es de forma DESCRIPTIVA - CORRELACIONAL; puesto que se busca llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Y de tal forma identificar la relación que existe entre estos factores.

3.2. Descripción del ámbito de la investigación.

El factor humano es de suma importancia en toda organización es por esta razón que toda empresa debe garantizar y mantener el buen estado físico y

mental de cada trabajador, se dice que el incentivo más poderoso que pueden utilizar los Gerentes es el reconocimiento personalizado e inmediato, Unas palabras de agradecimiento dichas sinceramente por la persona apropiada en el momento oportuno pueden significar más para un empleado que un aumento de sueldo, una recompensa formal o toda una pared de certificados o placas.

Existen muchos factores que inciden sobre el personal y esto es debido a que el hombre presenta características en su comportamiento tales como: proactividad, socialización, manifestación de necesidades; por lo que se percibe, evalúa, elige y manifiesta sus capacidades a partir de ello.

El incentivo se define como la recompensa total, que abarca los aspectos financieros y no financieros, condicionada a la medición del resultado de un trabajo o a la observancia de ciertas normas de conducta (Town, 2004).

Teniendo presente lo anteriormente descrito, las empresas deben emplear los incentivos como una herramienta para la mejora de la productividad, es por ello que ha surgido la inquietud de desarrollar la investigación basada en la mejora del programa de incentivos al personal de la inmobiliaria.

Esta investigación se centrará en identificar la relación existente entre el programa de incentivos y la motivación de los trabajadores de la inmobiliaria, esto será de vital importancia ya que permitirá determinar que tanto vine influyendo el programa con la motivación, que a su vez afecta la productividad de los colaboradores y en el crecimiento de la organización. Así mismo sirve como referencia para que las empresas del sector y afines puedan desarrollar programas de incentivos adecuados y oportunos que permitan un mayor crecimiento organizacional, un buen clima laboral y la satisfacción de su recurso humano, lo cual se considera factor determinante para que la organización pueda crecer en un mercado cada vez más competitivo.

Por último, el desarrollo del presente trabajo de investigación permitirá ampliar los conocimientos adquiridos por parte del investigador durante los

estudios y aplicarlos en el desarrollo del mismo, e igualmente servirá como base para futuros investigadores que deseen realizar estudios sobre temas relacionados.

3.3. Población y muestra.

3.3.1. Población.

Según Latorre, A., Rincón D. y Arnal, J. (2003) la población es definida como “el conjunto de todos los individuos (objetos, personas, eventos, etc.) en los que se desea estudiar el fenómeno. Éstos deben reunir las características de lo que es objeto de estudio” (p. 65)

Esto quiere decir, que la población es el conjunto de personas accesibles para realizar la investigación, a los que se acude para responder al objeto de estudio y mediante los cuales se podrán elaborar las conclusiones de la investigación.

- La población está conformada por todas las personas que laboran actualmente en la Inmobiliaria JC & R S.A.C de la ciudad de Moyobamba, es decir, un total de 95 personas.

Tabla N° 3: Población

Personal	Cantidad	H	%	M	%	Total %
Directivos	2	2	2.1	0	0	100%
Jefes de área	4	2	2.1	2	2.1	
Personal Administrativo	15	7	7.4	8	8.4	
Personal de Ventas	12	1	1.1	11	11.6	
Maestros de Obra	2	2	2.1	0	0	
Obreros	52	52	54.7	0	0	
Personal Externo	5	3	3.2	2	2.1	
Practicantes	3	0	0	3	3.2	
TOTAL	95	69	72.63	26	27.37	

3.3.2. Muestra.

La muestra en el proceso cualitativo es un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia (Hernández et al 2008, p.562).

Se seleccionó la muestra de manera aleatoria.

$$n = \frac{N}{4}$$

$$n = \frac{95}{4} = 23.75 = 24$$

- Por lo tanto la muestra estará conformada por 24 trabajadores de la Inmobiliaria JC & R S.A.C

3.4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos.

3.4.1. Técnicas.

- **La Encuesta**

Para Fidias. A (2006):

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador.

Para ello a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. (p. 19).

En la investigación se utilizará la técnica de la encuesta, seleccionando las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación para obtener opiniones, las cuales serán analizadas. Con la utilización de esta técnica se espera recopilar datos puntuales.

Estas encuestas serán realizadas en la Inmobiliaria JC & R S.A.C de la ciudad de Moyobamba, por los 24 empleados de esta empresa y en el horario laboral (con el debido permiso del gerente). Para el mejor análisis por parte de la muestra de su contexto laboral.

- **Observación directa**

Según Hernández, Fernández y Baptista (1998), “la observación consiste en el registro sistemático, cálido y confiable de comportamientos o conductas manifiestas”. (Pág., 309). En relación a la observación Méndez (1995), señala que ésta se hace “a través de formularios, los cuales tienen aplicación a aquellos problemas que se

pueden investigar por métodos de observación, análisis de fuentes documentales y demás sistemas de conocimiento”. (p.145).

- La observación se llevará a cabo en diferentes visitas de la investigadora a la Inmobiliaria JC & R S.A.C de tal forma poder identificar y describir actitudes del personal.

3.4.2. Instrumentos de Recolección de datos.

- **Cuestionario**

Casas (2003), define al cuestionario como el documento que recoge en forma organizada los indicadores de las variables implicadas en el objetivo de la encuesta. (p.528)

- El cuestionario en este caso está formado 20 ítems con respuestas cerradas.

- **Notas de campo.**

César Bergara (2001): Son observaciones puntuales, recogidas la mayoría de las veces de forma inmediata, “sobre el terreno”, por su relevancia y que no pueden abandonarse a la memoria. Así pues, son apuntes realizados en el momento de la actuación, soportes para refrescar la memoria acerca de lo que se ha visto y/o vivido, para, posteriormente, registrar mediante notas o informes más extensos. (p.71)

- Las notas de campo se ocuparon en el momento de llevar a cabo la observación directa para tomar apuntes sobre los empleados de la Inmobiliaria JC & R S.A.C de la ciudad de Moyobamba.

3.4.3. Fuentes de Recolección de datos.

Bounocore (1980) define a las fuentes primarias de información como “las que contienen información original no abreviada ni traducida: tesis, libros, nomografías, artículos de revista, manuscritos. Se les llama también fuentes de información de primera mano...”. Incluye la producción documental electrónica de calidad.(p.229)

- Fuente primaria, puesto que la información y datos son recolectados directamente de la muestra de estudio, es decir de los 24 trabajadores de la Inmobiliaria JC & R S.A.C de la ciudad de Moyobamba.

3.5. Validez y confiabilidad del instrumento.

Para valorar estadísticamente los resultados se operará con las diferencias contrastadas en cada grupo en el cuestionario aplicado. A dicha diferencia se le puede aplicar la prueba estadística t – student, cuyo procesamiento es el siguiente.

- a. Formulación simbólica de la hipótesis:

$$H_0: \mu_{E.C.T.} = \mu_{PP3Rs\ GE}$$

$$H_1: \mu_{E.C.T.} > \mu_{PP3Rs\ GE}$$

E. C.T : Propuesta pedagógica Convencional

E. A. T : Propuesta pedagógica basada en la “3Rs”.

- b. Se determinará la dirección de la prueba cola derecha.
c. Se especificará al nivel de significación de la prueba, asumiendo un nivel de significación: $\alpha = 0,05$ ó **5%**.
d. Se determinará el valor crítico del estadístico de la prueba t – student. Asumiendo:

$$t_{\alpha} = t_{(0,05)gl.} = t_{tab.}$$

Donde:

t: Distribución t – student

t_α: Es el valor de t – student tabulada, es decir que se obtiene de la tabla estadística al comparar el nivel de significancia (t_{α}) y los grados de libertad.

α: Es el nivel de significancia o nivel de error de estimación.

- e. Se calculará el estadístico de la prueba mediante las siguientes formulas.

$$t = \frac{\overline{X}_1 - \overline{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

$$\bar{X}_1 = \frac{\sum_{t=1}^n X_1}{n_1}$$

$$\bar{X}_2 = \frac{\sum_{t=1}^n X_2}{n_2}$$

$$S_2 = \sqrt{\frac{\sum (X_1 - X_2)^2}{n_2}}$$

$$S_1 = \sqrt{\frac{\sum (X_1 - X_2)^2}{n_1}}$$

$$gl = n_1 + n_2 - 2$$

Donde:

t_c : Es el resultado total de la aplicación de la fórmula.

\bar{X}_1 : Es el promedio de la mejora de las capacidades investigativas, intelectuales y valorativas, al grupo experimental.

\bar{X}_2 : Es el promedio del desarrollo de las capacidades investigativas, intelectuales y valorativas, antes y después de experimentar las estrategia de aprendizaje convencionales o tradicionales al grupo control.

S_1 : Es la raíz cuadrada de las diferencias elevadas al cuadrado de los calificativos de la mejora de las capacidades

investigativas, intelectuales y valorativas, alrededor de su promedio, dividido entre su número muestral menos la unidad, antes y después de experimentar la propuesta pedagógica basada en las 3 Rs al grupo experimental.

S₂ : Es la raíz cuadrada de las diferencias elevadas al cuadrado de los calificativos de la mejora de las capacidades investigativas, intelectuales y valorativas, alrededor de su promedio, dividido entre su número muestral menos la unidad, antes y después de experimentar la estrategia de aprendizaje convencionales o tradicionales al grupo control.

n₁ : Muestra total de trabajadores del grupo experimental.

n₂ : Muestra total de trabajadores del grupo control.

gl : Grados de libertad.

∫ : Se contrastará la hipótesis en función a los cálculos obtenidos tomando las decisiones respectivas.

La hipótesis fue contrastada mediante la prueba t-Student utilizando los resultados obtenidos de las encuestas. La prueba t fue unilateral con cola derecha tal como se muestra en la figura.



Cuya fórmula es la siguiente:

$$t_c = \frac{\bar{x}_2 - \bar{x}_4}{\sqrt{\frac{S_2^2}{n_2} + \frac{S_4^2}{n_4}}} \quad \text{Con} \quad gl = \frac{\left[\frac{S_2^2}{n_2} + \frac{S_4^2}{n_4} \right]^2}{\frac{\left[\frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2 - 1} + \frac{\left[\frac{S_4^2}{n_4} \right]^2}{n_4 - 1}} - 2 \quad \text{grados de libertad,}$$

Donde:

\bar{x} : es el promedio de los resultados

S_d : es la desviación estándar de las diferencias respecto a su promedio

n : tamaño de muestra

t_c : Valor calculado, obtenido de una operación matemática utilizando los datos estadísticos obtenidos de la fórmula t de Student.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS.

4.1. Programa de incentivos laborales

Tabla N° 5. ¿La inmobiliaria JC & R S.A.C le otorga algún tipo de beneficio motivacional?.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi siempre	4	16,7	16,7	16,7
	A veces	7	29,2	29,2	45,8
	Casi nunca	8	33,3	33,3	79,2
	Nunca	5	20,8	20,8	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

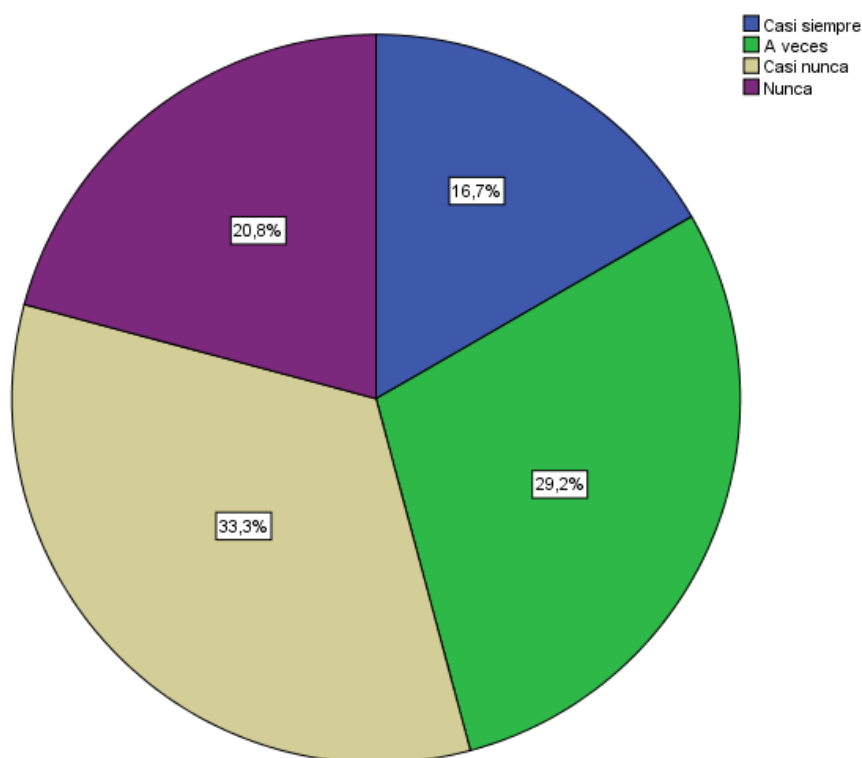


Figura N° 1. ¿La inmobiliaria JC & R S.A.C le otorga algún tipo de beneficio motivacional?.

El 33.3% de los encuestados manifiestan que casi nunca la inmobiliaria JC & R S.A.C le otorga algún tipo de beneficio motivacional. El 29.2% manifiesta que a veces. El 20.8% manifiesta que nunca la inmobiliaria JC & R S.A.C le otorga algún tipo de beneficio motivacional. El 16.7% restante manifiesta que casi siempre la inmobiliaria JC & R S.A.C le otorga algún tipo de beneficio motivacional.

Tabla N° 6. ¿Lo que recibe como motivación laboral cumple con sus expectativas?.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi siempre	4	16,7	16,7	16,7
	A veces	8	33,3	33,3	50,0
	Casi nunca	7	29,2	29,2	79,2
	Nunca	5	20,8	20,8	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

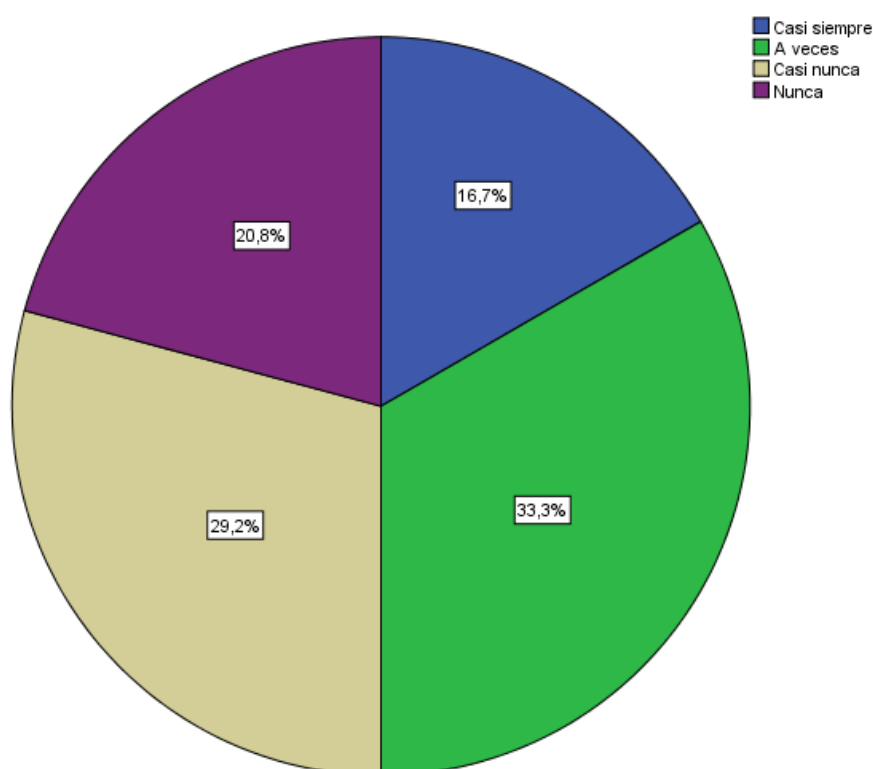


Figura N° 2. ¿Lo que recibe como motivación laboral cumple con sus expectativas?.

El 33.3% de los encuestados manifiestan que a veces lo que recibe como motivación laboral cumple con sus expectativas. El 29.2% manifiesta que casi nunca lo que recibe como motivación laboral cumple con sus expectativas. El 20.8% manifiesta que nunca. El restante 16.7% manifiesta que casi siempre lo que recibe como motivación laboral cumple con sus expectativas.

Tabla N° 7. ¿Son buenas las condiciones salariales?.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	1	4,2	4,2	4,2
	Casi siempre	7	29,2	29,2	33,3
	A veces	12	50,0	50,0	83,3
	Casi nunca	4	16,7	16,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

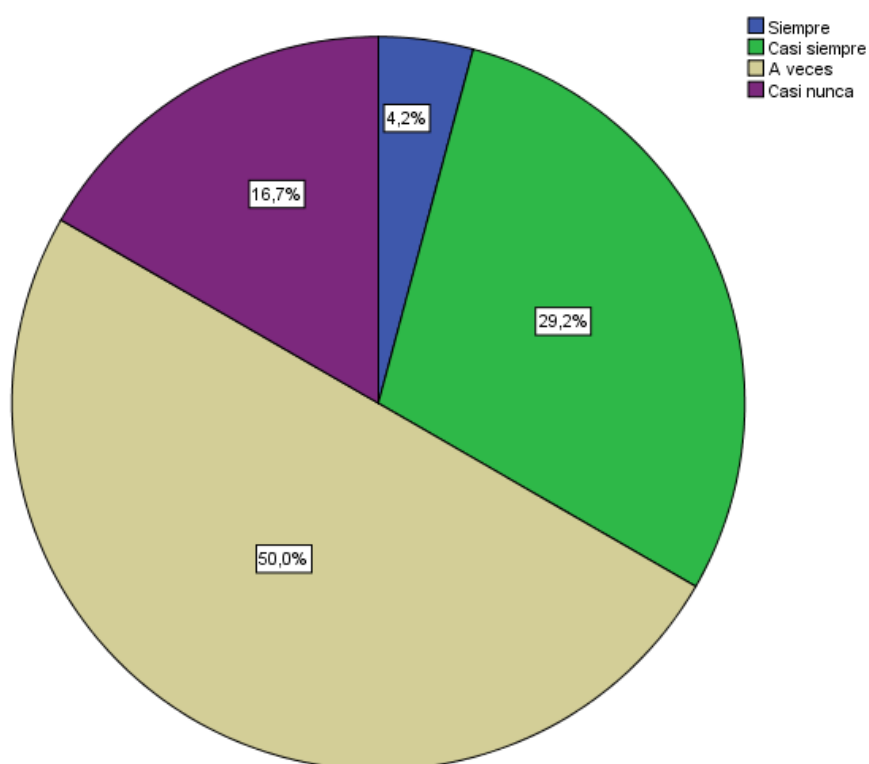


Figura N° 3. ¿Son buenas las condiciones salariales?.

El 50% de los encuestados manifiestan que a veces son buenas las condiciones salariales. El 29.2% manifiesta que casi siempre. El 16.7% manifiesta que casi nunca son buenas las condiciones salariales. El restante 4.2% manifiesta que siempre son buenas las condiciones salariales

Tabla N° 8. ¿Está de acuerdo con la remuneración que le da la empresa por su desempeño laboral?.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	1	4,2	4,2	4,2
	Casi siempre	7	29,2	29,2	33,3
	A veces	12	50,0	50,0	83,3
	Casi nunca	4	16,7	16,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

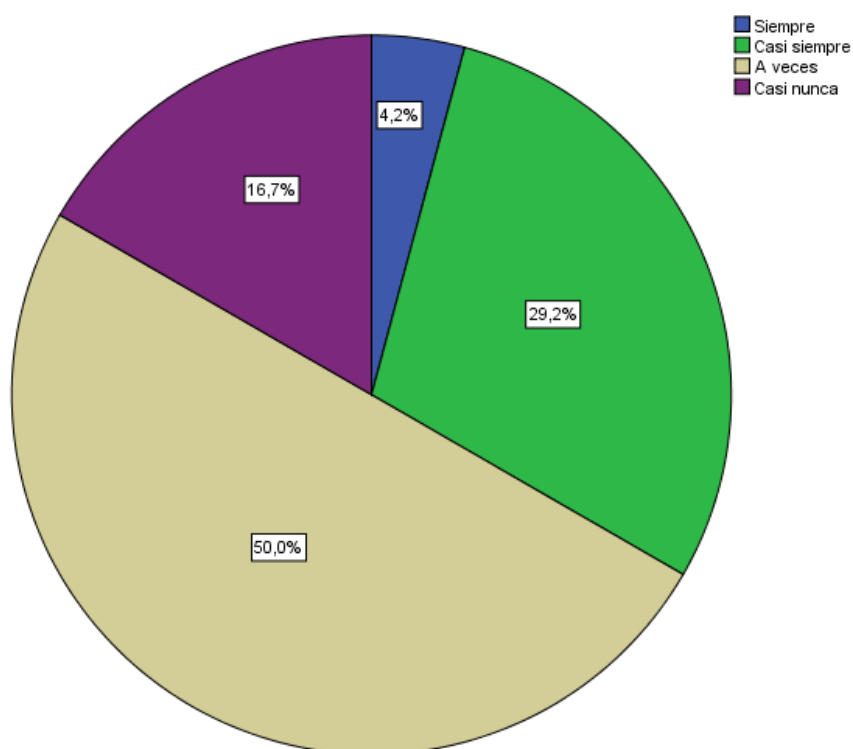


Figura N° 4. ¿Está de acuerdo con la remuneración que le da la empresa por su desempeño laboral?.

El 50% de los encuestados manifiesta que a veces está de acuerdo con la remuneración que le da la empresa por su desempeño laboral. El 29.2% manifiesta que casi siempre está de acuerdo con la remuneración que le da la empresa por su desempeño laboral. El 16.7% manifiesta que casi nunca. El restante 4.2% manifiesta que siempre está de acuerdo con la remuneración que le da la empresa por su desempeño laboral.

Tabla N° 9. ¿Está identificado con la historia y trayectoria de la inmobiliaria?.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	5	20,8	20,8	20,8
	Casi siempre	5	20,8	20,8	41,7
	A veces	9	37,5	37,5	79,2
	Casi nunca	5	20,8	20,8	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

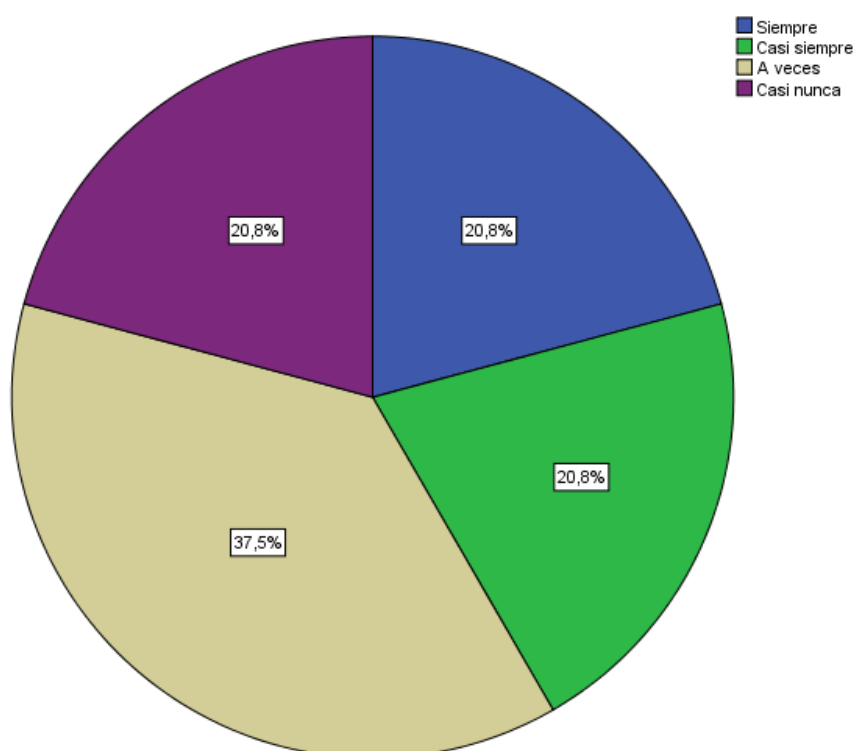


Figura N° 5. ¿Está identificado con la historia y trayectoria de la inmobiliaria?.

El 37.5% de los encuestados manifiesta que a veces está identificado con la historia y trayectoria de la inmobiliaria. El 20.8% manifiesta que casi nunca está identificado con la historia y trayectoria de la inmobiliaria. Otro 20.8% manifiesta que siempre está identificado con la historia y trayectoria de la inmobiliaria. El restante 20.8% manifiesta que casi siempre está identificado con la historia y trayectoria de la inmobiliaria.

Tabla N° 10. ¿El nombre de la empresa y su posición en el sector es gratificante para usted?.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	4	16,7	16,7	16,7
	Casi siempre	5	20,8	20,8	37,5
	A veces	13	54,2	54,2	91,7
	Casi nunca	2	8,3	8,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

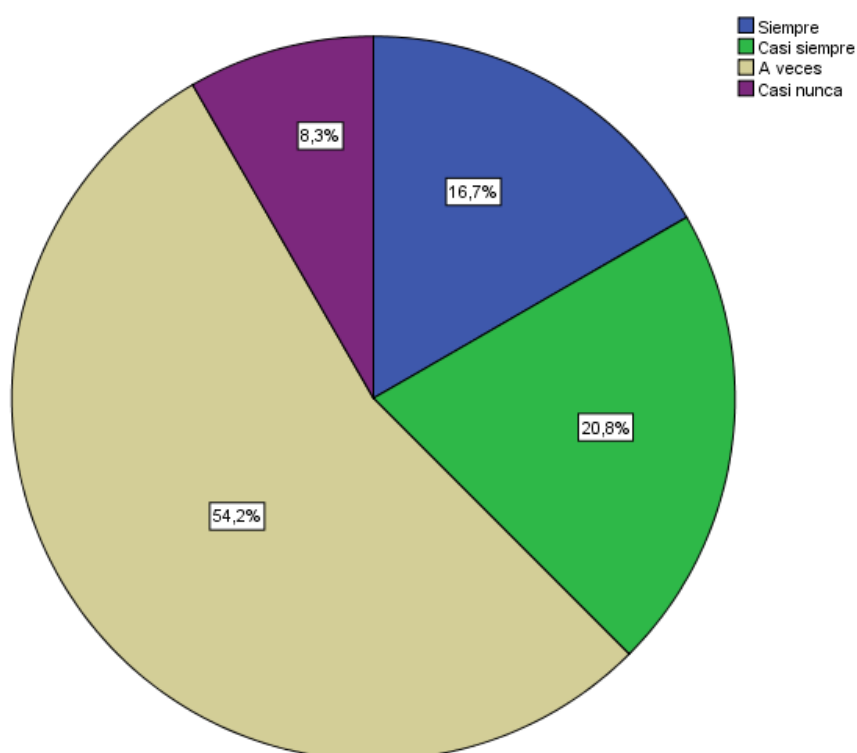


Figura N° 6. ¿El nombre de la empresa y su posición en el sector es gratificante para usted?.

El 54.2% de los encuestados manifiesta que a veces el nombre de la empresa y su posición en el sector es gratificante para ellos. El 20.8% manifiesta que casi siempre el nombre de la empresa y su posición en el sector es gratificante para ellos. El 16.7% manifiesta que siempre. El restante 8.3% manifiesta que casi nunca el nombre de la empresa y su posición en el sector es gratificante para ellos.

Tabla N° 11. ¿Le gusta asumir nuevas responsabilidades en el trabajo, además de las que ya posee?.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	12	50,0	50,0	50,0
	Casi siempre	4	16,7	16,7	66,7
	A veces	7	29,2	29,2	95,8
	Casi nunca	1	4,2	4,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

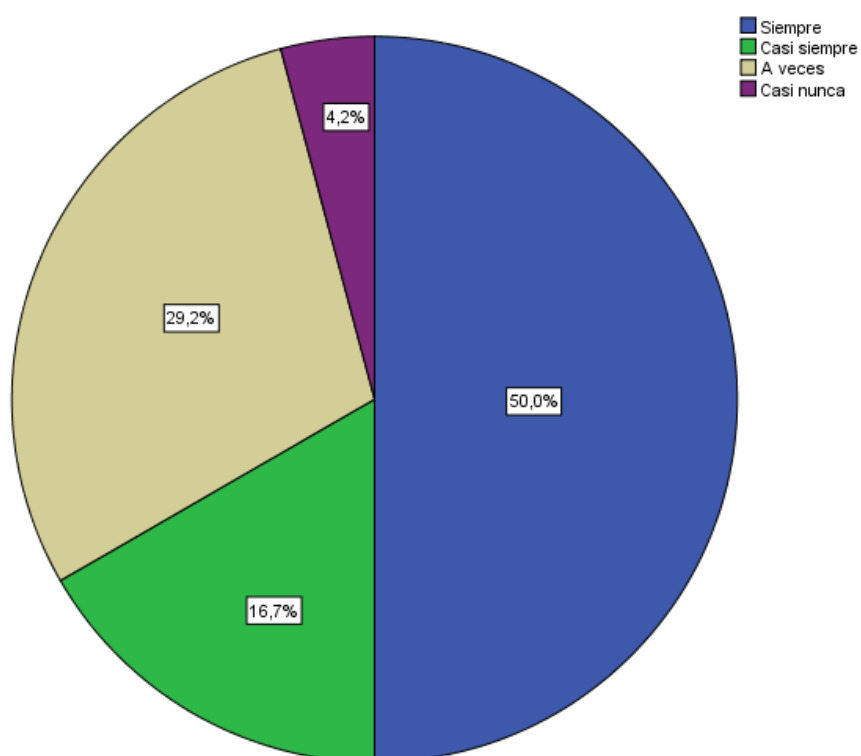


Figura N° 7. ¿Le gusta asumir nuevas responsabilidades en el trabajo, además de las que ya posee?.

El 50% de los encuestados manifiesta que siempre le gusta asumir nuevas responsabilidades en el trabajo, además de las que ya posee. El 29.2% manifiesta que a veces le gusta asumir nuevas responsabilidades en el trabajo, además de las que ya posee. El 16.7% manifiesta que casi siempre le gusta asumir nuevas responsabilidades en el trabajo, además de las que ya posee. El 4.2% restante manifiesta que casi nunca le gusta asumir nuevas responsabilidades en el trabajo, además de las que ya posee.

Tabla N° 12. ¿Está comprometido en cumplir con las metas de la empresa?.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	16	66,7	66,7	66,7
	Casi siempre	7	29,2	29,2	95,8
	A veces	1	4,2	4,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

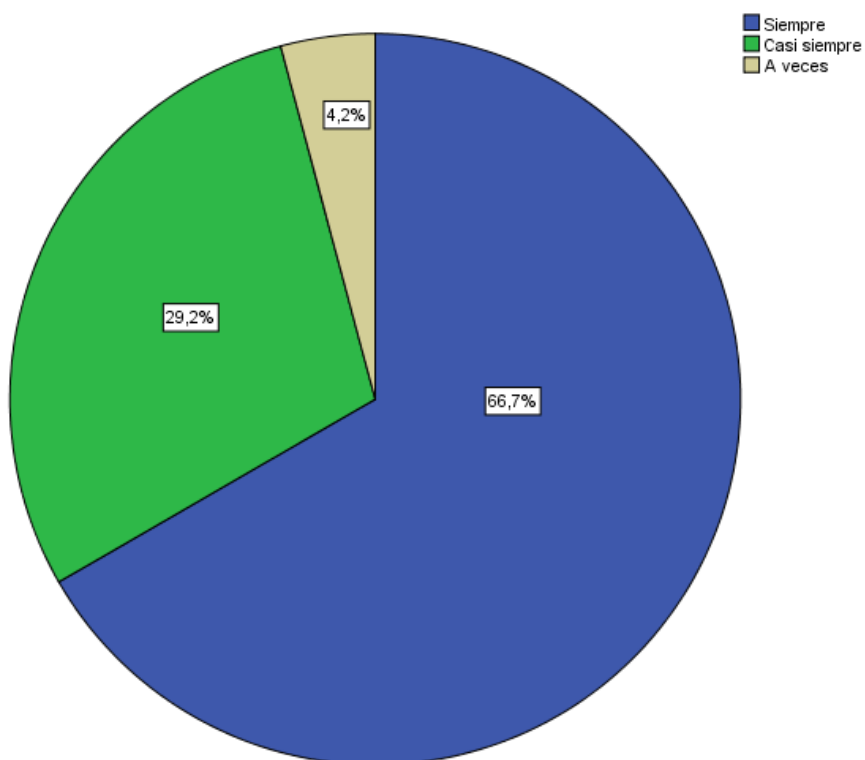


Figura N° 8. ¿Está comprometido en cumplir con las metas de la empresa?.

El 66.7% de los encuestados manifiesta que siempre está comprometido en cumplir con las metas de la empresa. El 29.2% manifiesta que casi siempre está comprometido en cumplir con las metas de la empresa. El restante 4.2% manifiesta que a veces está comprometido en cumplir con las metas de la empresa.

Tabla N° 13. ¿Se siente interesado por todo lo que sucede en la inmobiliaria, y su futuro?.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	8	33,3	33,3	33,3
	Casi siempre	10	41,7	41,7	75,0
	A veces	6	25,0	25,0	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

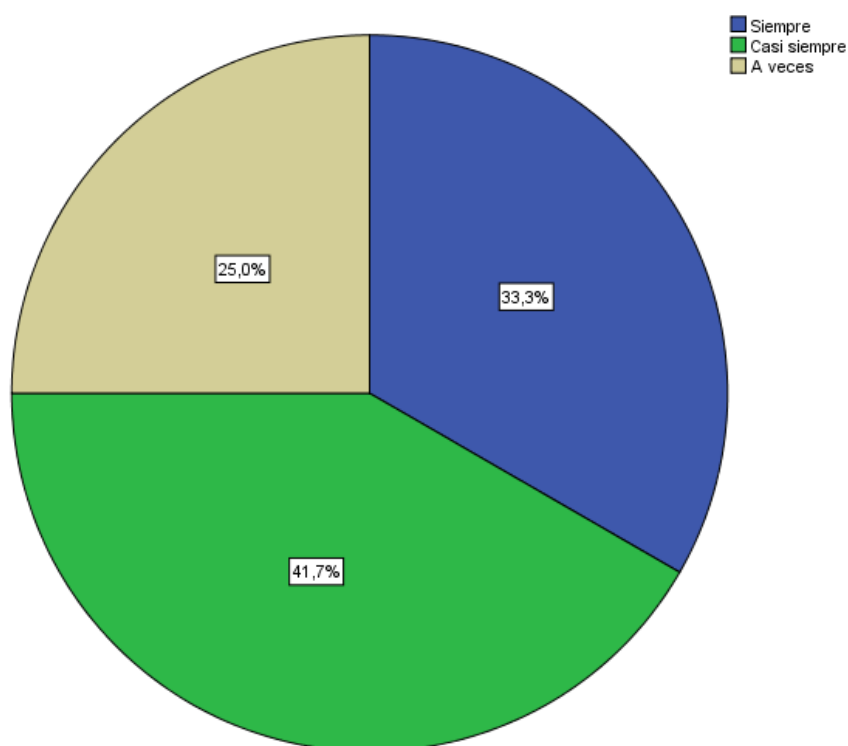


Figura N° 9. ¿Se siente interesado por todo lo que sucede en la inmobiliaria, y su futuro?.

El 41.7% de los encuestados manifiesta que casi siempre se siente interesado por todo lo que sucede en la inmobiliaria, y su futuro. El 33.3% manifiesta que siempre se siente interesado por todo lo que sucede en la inmobiliaria, y su futuro. El 25% restante manifiesta que a veces se siente interesado por todo lo que sucede en la inmobiliaria, y su futuro.

4.2. Motivación laboral

Tabla N° 14. ¿Se siente partícipe de los éxitos y fracasos de su área de trabajo?.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	10	41,7	41,7	41,7
	Casi siempre	7	29,2	29,2	70,8
	A veces	6	25,0	25,0	95,8
	Casi nunca	1	4,2	4,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

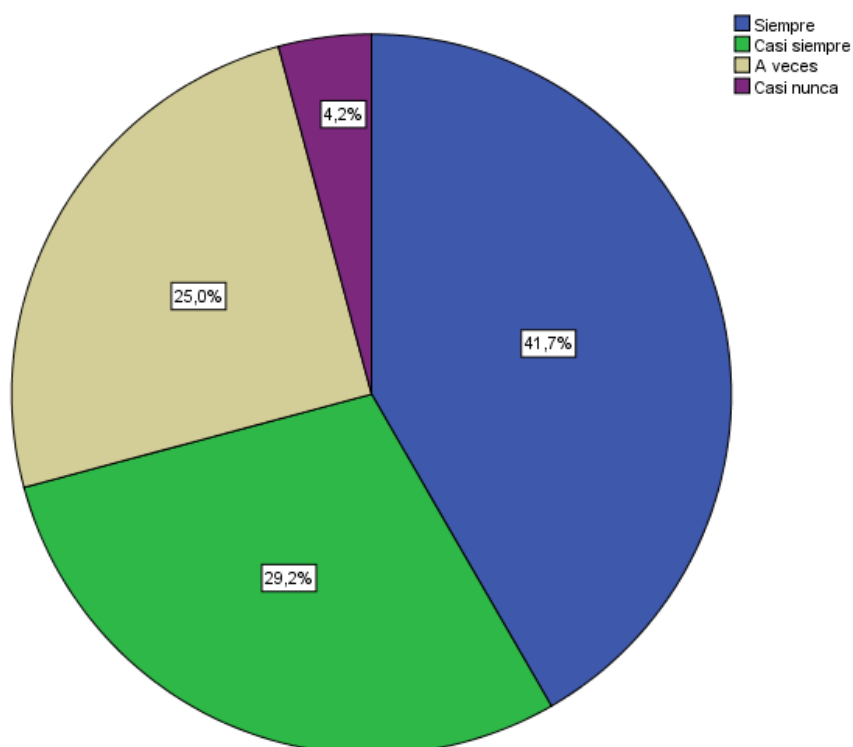


Figura N° 10. ¿Se siente partícipe de los éxitos y fracasos de su área de trabajo?.

El 41,7% de los encuestados manifiesta que siempre se siente partícipe de los éxitos y fracasos de su área de trabajo. El 29,2% manifiesta que casi siempre se siente partícipe de los éxitos y fracasos de su área de trabajo. El 25% manifiesta que a veces se siente partícipe de los éxitos y fracasos de su área de trabajo. El restante 4,2% manifiesta que casi nunca se siente partícipe de los éxitos y fracasos de su área de trabajo.

Tabla N° 15. ¿Se siente parte de su equipo de trabajo?.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	12	50,0	50,0	50,0
	Casi siempre	11	45,8	45,8	95,8
	A veces	1	4,2	4,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

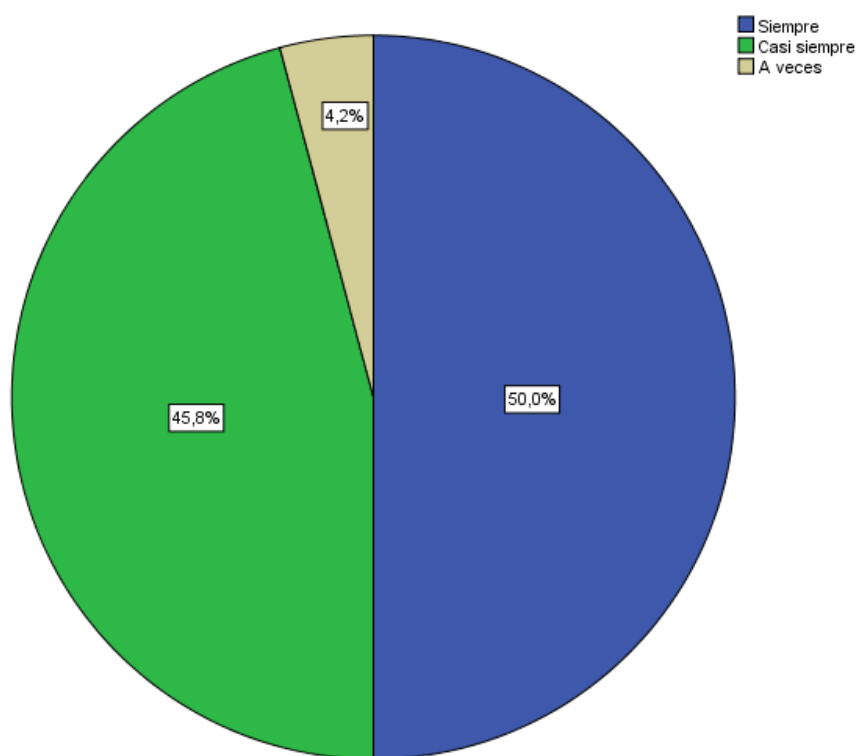


Figura N° 11. ¿Se siente parte de su equipo de trabajo?.

El 50% de los encuestados manifiesta que siempre se siente parte de su equipo de trabajo. El 45.8% manifiesta que casi siempre se siente parte de su equipo de trabajo. El restante 4.2% manifiesta que a veces se siente parte de su equipo de trabajo

Tabla N° 16. En relación a los reconocimientos, durante el tiempo que está laborando la inmobiliaria: ¿se los ha otorgado?.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	2	8,3	8,3	8,3
	Casi siempre	3	12,5	12,5	20,8
	A veces	10	41,7	41,7	62,5
	Casi nunca	8	33,3	33,3	95,8
	Nunca	1	4,2	4,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

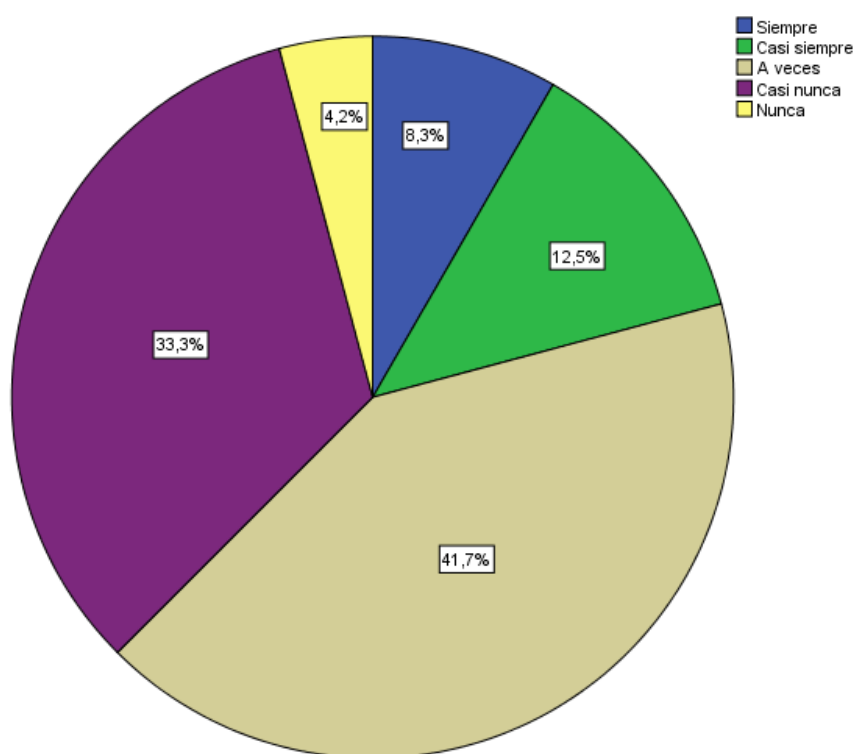


Figura N° 12. En relación a los reconocimientos, durante el tiempo que está laborando la inmobiliaria: ¿se los ha otorgado?.

El 41.7% de los encuestados manifiesta que durante el tiempo que está laborando la inmobiliaria a veces le han otorgado algunos reconocimientos. El 33.3% de los encuestados manifiesta que durante el tiempo que está laborando la inmobiliaria casi nunca le han otorgado algunos reconocimientos. El 12.5% manifiesta que casi siempre. El 8.3% manifiesta que siempre. El 4.2% manifestó que durante el tiempo que está laborando la inmobiliaria nunca le han otorgado algunos reconocimientos.

Tabla N° 17. ¿La inmobiliaria le proporciona oportunidades para su desarrollo profesional?.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	2	8,3	8,3	8,3
	Casi siempre	1	4,2	4,2	12,5
	A veces	9	37,5	37,5	50,0
	Casi nunca	8	33,3	33,3	83,3
	Nunca	4	16,7	16,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

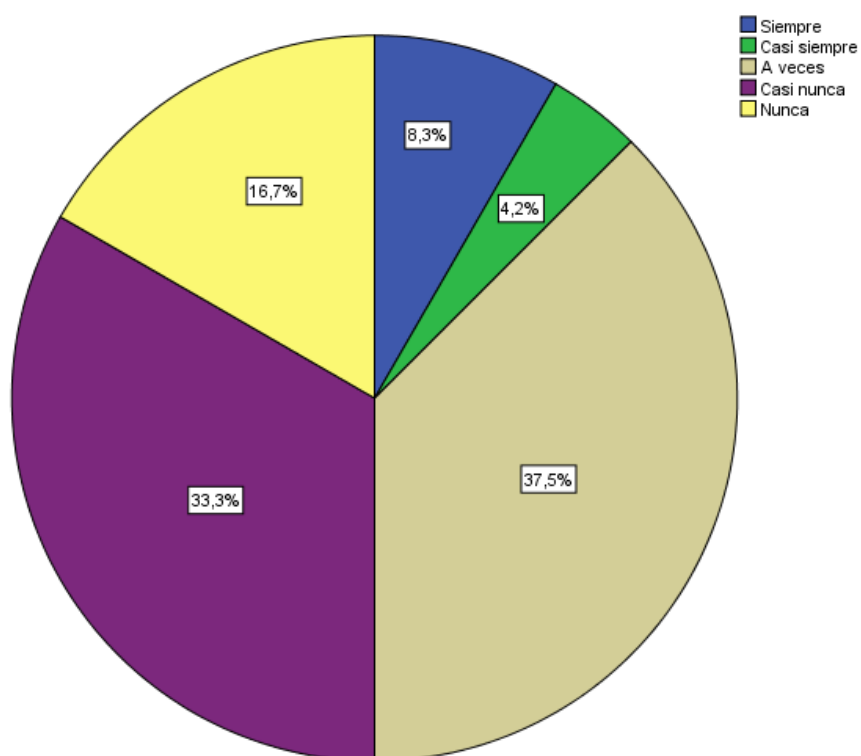


Figura N° 13. ¿La inmobiliaria le proporciona oportunidades para su desarrollo profesional?.

El 37.5% manifiesta que a veces la inmobiliaria le proporciona oportunidades para su desarrollo profesional. El 33.3% manifiesta que casi nunca la inmobiliaria le proporciona oportunidades para su desarrollo profesional. El 16.7% manifiesta que nunca la inmobiliaria le proporciona oportunidades para su desarrollo profesional. El 8.3% manifiesta que siempre la inmobiliaria le proporciona oportunidades para su desarrollo profesional. El restante 4.2% manifiesta que casi siempre la inmobiliaria le proporciona oportunidades para su desarrollo profesional.

Tabla N° 18. ¿La inmobiliaria le brinda la oportunidad de ascender de cargo?.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	1	4,2	4,2	4,2
	Casi siempre	3	12,5	12,5	16,7
	A veces	9	37,5	37,5	54,2
	Casi nunca	8	33,3	33,3	87,5
	Nunca	3	12,5	12,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

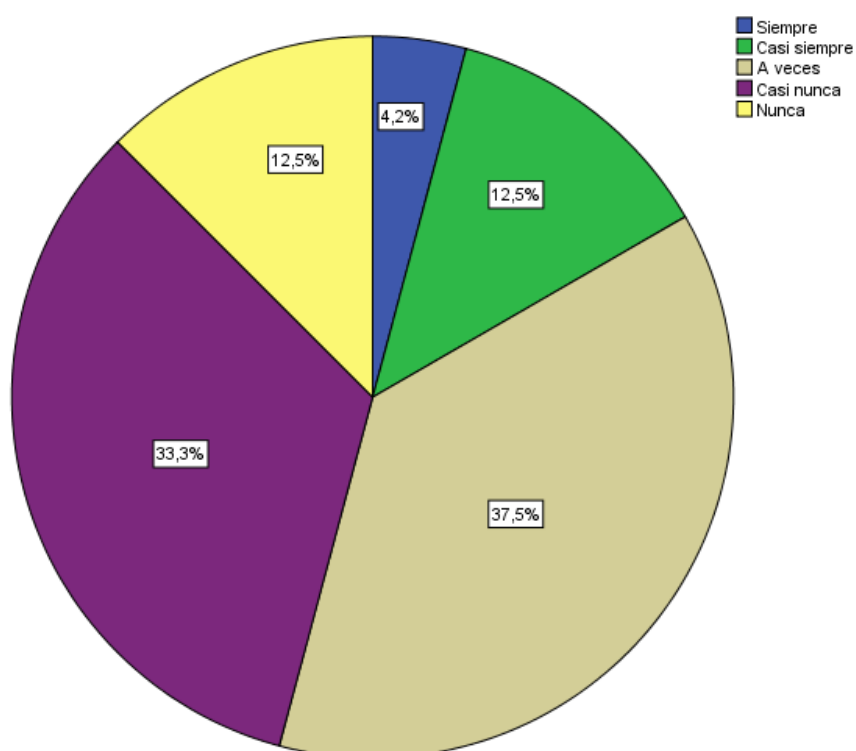


Figura N° 14. ¿La inmobiliaria le brinda la oportunidad de ascender de cargo?.

El 37.5% de los encuestados manifiesta que a veces la inmobiliaria le brinda la oportunidad de ascender de cargo. El 33.3% manifiesta que casi nunca la inmobiliaria le brinda la oportunidad de ascender de cargo. El 12.5% manifiesta que nunca la inmobiliaria le brinda la oportunidad de ascender de cargo. Otro 12.5% manifiesta que casi siempre. El restante 4.2% manifiesta que siempre la inmobiliaria le brinda la oportunidad de ascender de cargo

Tabla N° 19. ¿Considera buenas las condiciones de trabajo que la inmobiliaria promueve?.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	2	8,3	8,3	8,3
	Casi siempre	5	20,8	20,8	29,2
	A veces	15	62,5	62,5	91,7
	Casi nunca	2	8,3	8,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

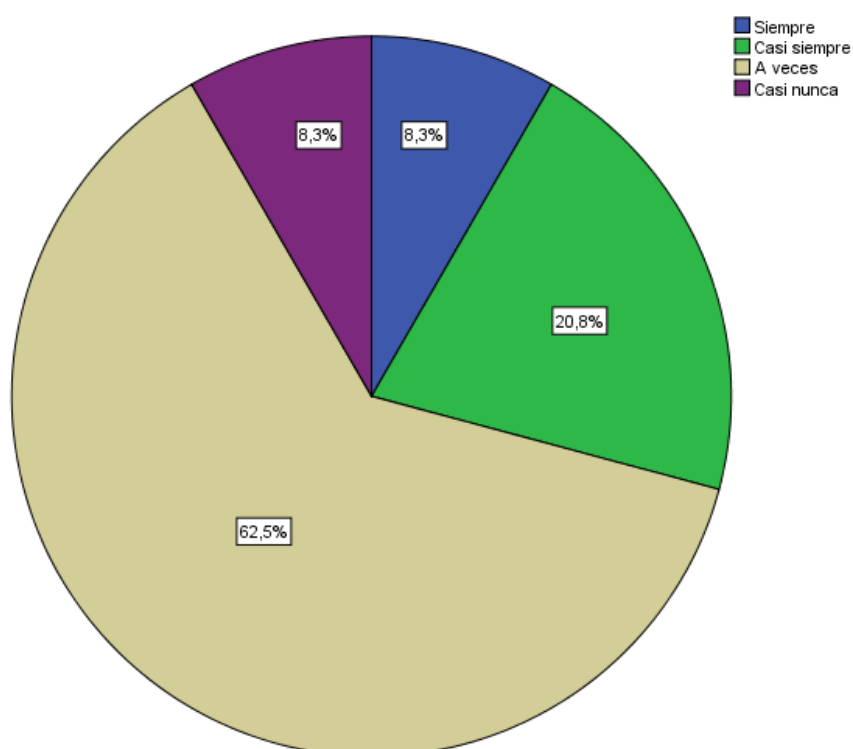


Figura N° 15. ¿Considera buenas las condiciones de trabajo que la inmobiliaria promueve?.

El 62.5% de los encuestados manifiesta que a veces considera buenas las condiciones de trabajo que la inmobiliaria promueve. El 20.8% manifiesta que casi siempre considera buenas las condiciones de trabajo que la inmobiliaria promueve. El 8.3% manifiesta que siempre considera buenas las condiciones de trabajo que la inmobiliaria promueve. El restante 8.3% manifiesta que casi

nunca considera buenas las condiciones de trabajo que la inmobiliaria promueve

Tabla N° 20. ¿La carga de trabajo está bien distribuidas?.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	3	12,5	12,5	12,5
	Casi siempre	6	25,0	25,0	37,5
	A veces	13	54,2	54,2	91,7
	Casi nunca	2	8,3	8,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

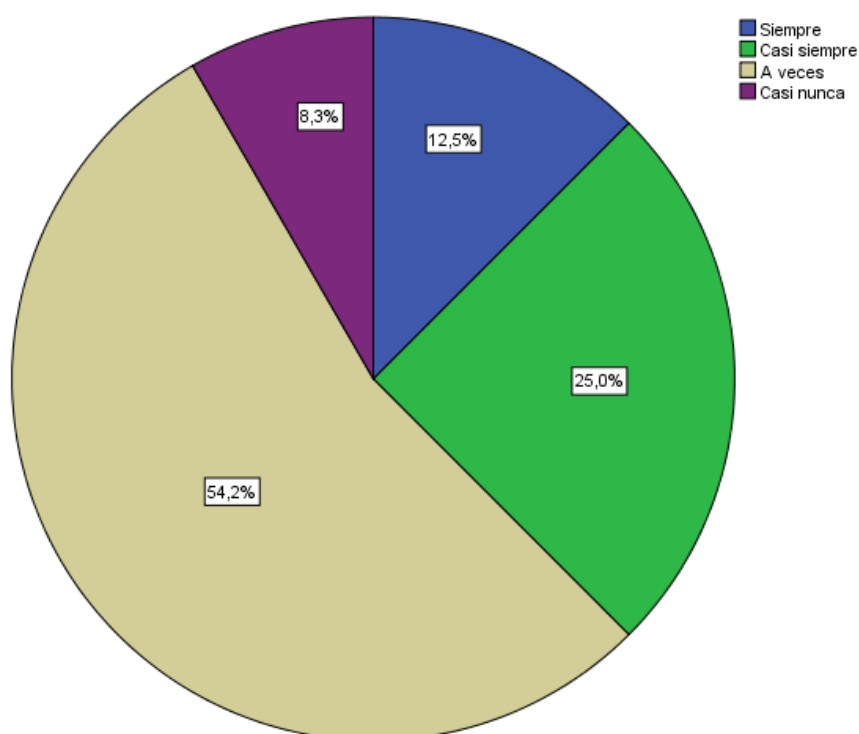


Figura N° 16. ¿La carga de trabajo está bien distribuidas?.

El 54.2% de los encuestados manifestó que a veces la carga de trabajo está bien distribuida. El 25% manifiesta que casi siempre la carga de trabajo está bien distribuida. El 12.5% manifiesta que siempre la carga de trabajo está bien distribuida. El restante 8.3% manifiesta que casi nunca la carga de trabajo está bien distribuida.

Tabla N° 21. ¿Funciona correctamente la comunicación interna dentro de su área de trabajo?.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	8	33,3	33,3	33,3
	Casi siempre	9	37,5	37,5	70,8
	A veces	7	29,2	29,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

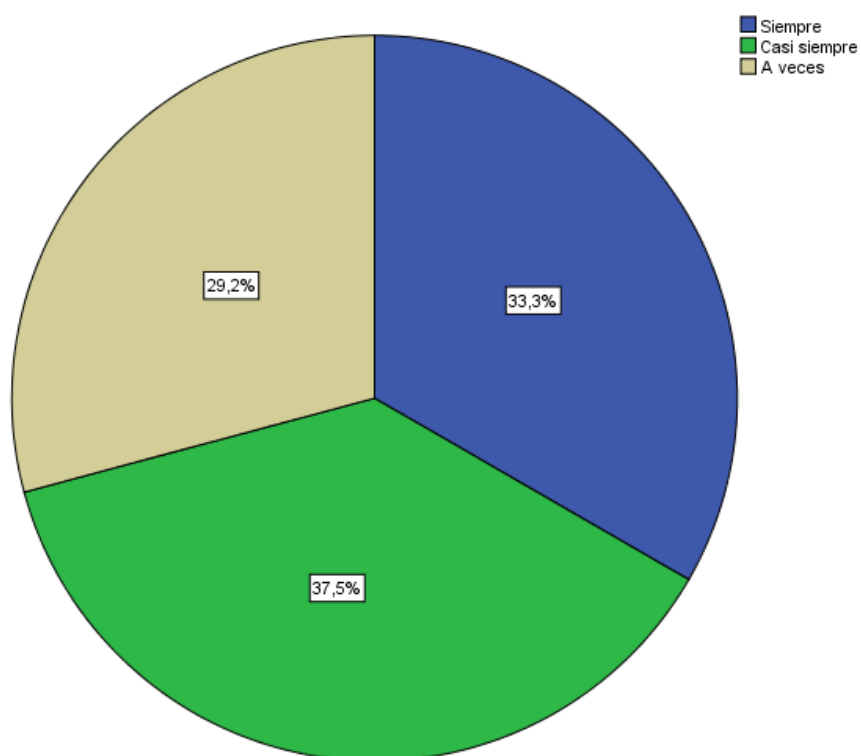


Figura N° 17. ¿Funciona correctamente la comunicación interna dentro de su área de trabajo?.

El 37.5% manifiesta que casi siempre funciona correctamente la comunicación interna dentro de su área de trabajo. El 33.3% manifiesta que siempre funciona correctamente la comunicación interna dentro de su área de trabajo. El restante

29.2% manifiesta que a veces funciona correctamente la comunicación interna dentro de su área de trabajo.

Tabla N° 22. ¿Considera asertiva la relación entre usted y su jefe inmediato?.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	8	33,3	33,3	33,3
	Casi siempre	9	37,5	37,5	70,8
	A veces	6	25,0	25,0	95,8
	Casi nunca	1	4,2	4,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

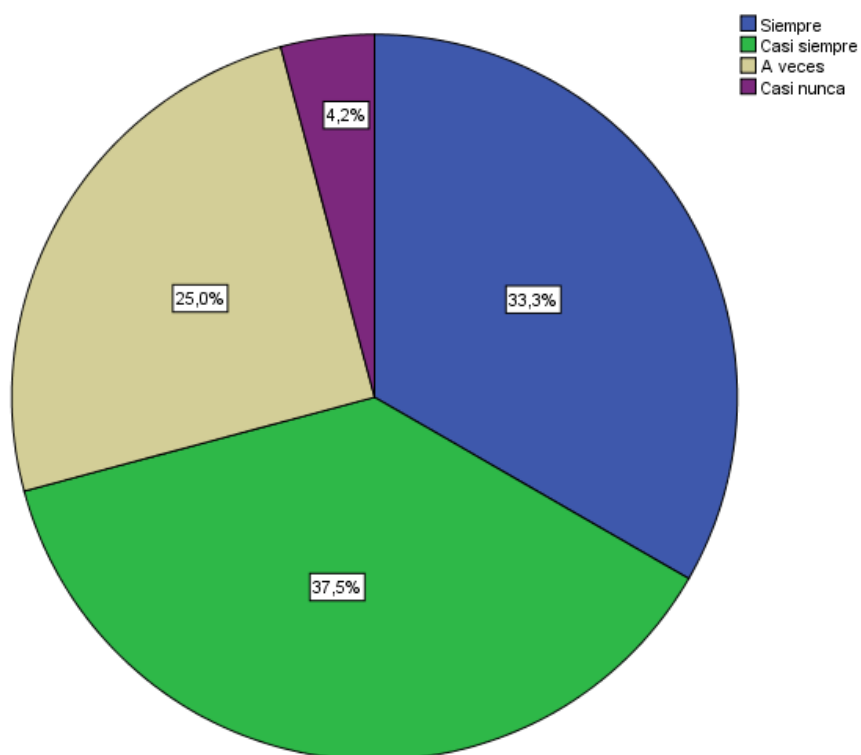


Figura N° 18. ¿Considera asertiva la relación entre usted y su jefe inmediato?.

El 37.5% de los encuestados manifiesta que casi siempre considera asertiva la relación entre usted y su jefe inmediato. El 33.3% manifiesta que siempre considera asertiva la relación entre usted y su jefe inmediato. El 25% manifiesta que a veces considera asertiva la relación entre usted y su jefe inmediato. El

restante 4.2% manifiesta que casi nunca considera asertiva la relación entre usted y su jefe inmediato.

Tabla N° 23. ¿Recibe la formación necesaria para desempeña correctamente su trabajo?.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	2	8,3	8,3	8,3
	Casi siempre	3	12,5	12,5	20,8
	A veces	15	62,5	62,5	83,3
	Casi nunca	3	12,5	12,5	95,8
	Nunca	1	4,2	4,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

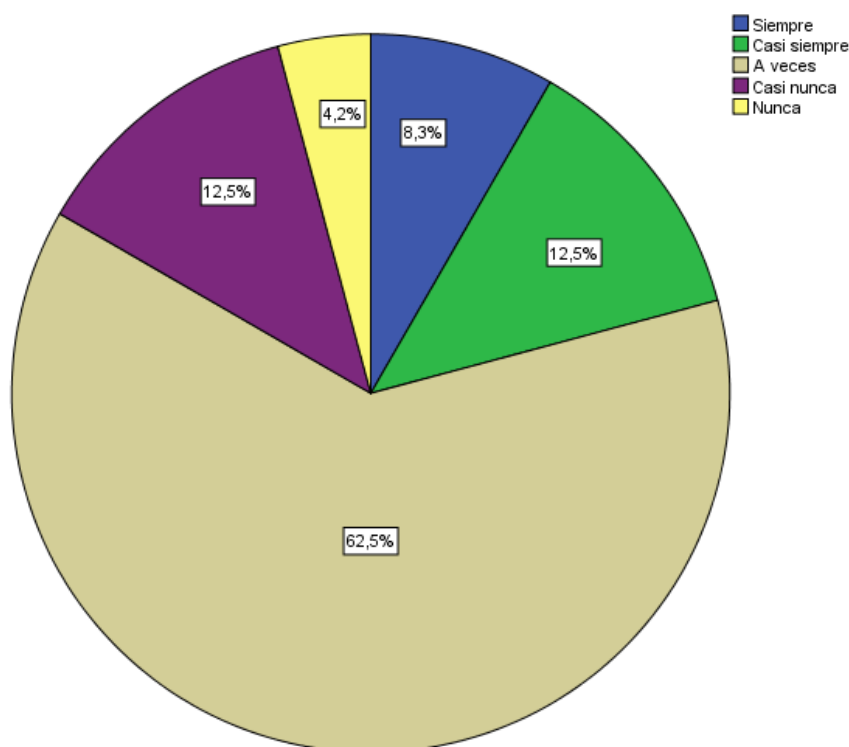


Figura N° 19. ¿Recibe la formación necesaria para desempeña correctamente su trabajo?.

El 62.5% de los encuestados manifiesta que a veces recibe la formación necesaria para desempeña correctamente su trabajo. El 12.5% manifiesta que casi nunca recibe la formación necesaria para desempeña correctamente su trabajo. Otro 12.5% manifiesta que casi siempre recibe la formación necesaria para desempeña correctamente su trabajo. El 8.3% manifiesta que siempre recibe la formación necesaria para desempeña correctamente su trabajo. El

4.2% manifiesta que nunca recibe la formación necesaria para desempeña correctamente su trabajo

Tabla N° 24. Cuando se implantan nuevos mecanismos y es necesaria formación específica, ¿la empresa le proporciona dicha formación?.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	1	4,2	4,2	4,2
	Casi siempre	5	20,8	20,8	25,0
	A veces	10	41,7	41,7	66,7
	Casi nunca	5	20,8	20,8	87,5
	Nunca	3	12,5	12,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

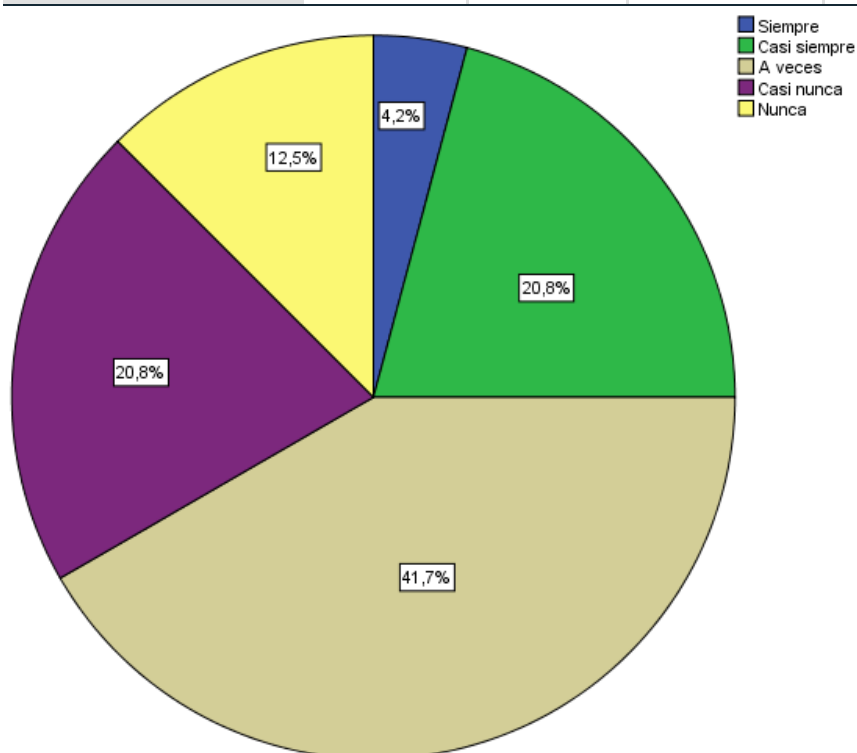


Figura N° 20. Cuando se implantan nuevos mecanismos y es necesaria formación específica, ¿la empresa le proporciona dicha formación?.

El 41.7% de los encuestados manifiesta que a veces cuando se implantan nuevos mecanismos y es necesaria formación específica, la empresa le proporciona dicha formación. El 20.8% manifiesta que casi nunca. Otro 20.8% manifiesta que casi siempre cuando se implantan nuevos mecanismos y es necesaria formación específica, la empresa le proporciona dicha formación. El 12.5% manifiesta que nunca. El restante 4.2% manifiesta que siempre cuando

se implantan nuevos mecanismos y es necesaria formación específica, la empresa le proporciona dicha formación.

4.3. Contrastación de hipótesis

a. Hipótesis nula (H_0).

No existe una relación directa e influyente entre el Programa de Incentivos empleada por la Inmobiliaria JC & R S.A.C y la Motivación laboral.

b. Hipótesis alternante (H_1).

Sí existe una relación directa e influyente entre el Programa de Incentivos empleada por la Inmobiliaria JC & R S.A.C y la Motivación laboral.

Para probar la hipótesis planteada seguiremos el siguiente procedimiento:

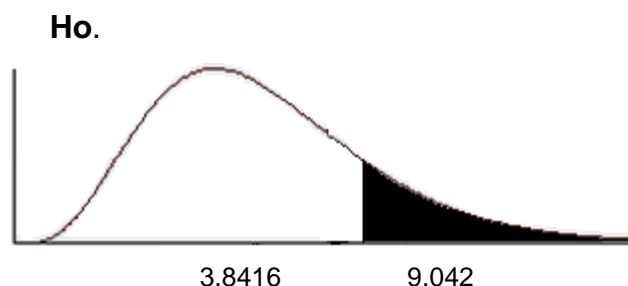
1. Suposiciones: La muestra es una muestra aleatoria simple.
2. Estadística de prueba: La estadística de prueba es:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

3. Distribución de la estadística de prueba: cuando H_0 es verdadera, χ^2 sigue una distribución aproximada de ji-cuadrada con $(2-1)(2-1) = 1$ grado de libertad y un nivel de significancia de 0.05.
4. Regla de decisión: Rechazar hipótesis nula (H_0) si el valor calculado de χ^2 es mayor o igual a 3.8416
5. Cálculo de la estadística de prueba: Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} = 9.042$$

6. Decisión estadística: Dado que $9.042 > 3.8416$, se rechaza



7. **Conclusión:** Con un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternante, concluyendo que Sí existe una relación directa e influyente entre el Programa de Incentivos empleada por la Inmobiliaria JC & R S.A.C y la Motivación laboral, lo cual ha sido probado mediante la Prueba No Paramétrica usando el software SPSS versión 24, para lo cual se adjunta las evidencias consistente en la tabla de contingencia y el resultado de la prueba estadística de Chi cuadrado.

Tabla N° 25: Tabla de contingencia

Tabla cruzada 1. ¿La inmobiliaria JC & R S.A.C le otorga algún tipo de beneficio motivacional?.*10. ¿Se siente partícipe de los éxitos y fracasos de su área de trabajo?.

Recuento		10. ¿Se siente partícipe de los éxitos y fracasos de su área de trabajo?.				Total
		Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	
1. ¿La inmobiliaria JC & R S.A.C le otorga algún tipo de beneficio motivacional?.	Nunca	1	0	1	3	5
	Casi nunca	0	4	2	2	8
	A veces	0	1	3	3	7
	Casi siempre	0	1	1	2	4
Total		1	6	7	10	24

Tabla N° 26: Prueba Estadística de Chi Cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9,042 ^a	9	,433
Razón de verosimilitud	9,236	9	,416
Asociación lineal por lineal	,228	1	,633
N de casos válidos	24		

a. 16 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,17.

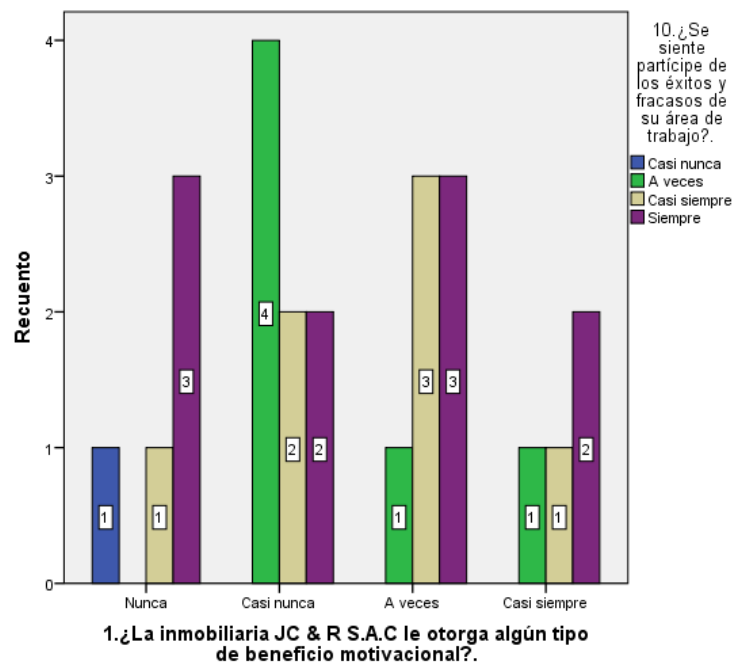


Figura N° 21: Contrastación de hipótesis

4.4. Alfa de cronbach

Tabla N° 27: Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	N de elementos
,905	20

El alfa de cronbach es cercano a 1 lo cual significa que la confiabilidad del instrumento es elevada.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN.

Luego de la aplicación de la encuesta los resultados son los siguientes:

En relación al programa de incentivos laborales:

Se observa que la empresa solo otorga algunos beneficios motivacionales que no cumplen con las expectativas del personal. Asimismo no son buenas las condiciones salariales. Tampoco están de acuerdo con la remuneración que le da la empresa por su desempeño laboral.

Por otro lado el personal está identificado con la historia y trayectoria de la inmobiliaria. Asimismo manifiestan que el nombre de la empresa y su posición en el sector es gratificante para ellos. También al personal le gusta asumir nuevas responsabilidades en el trabajo, además de las que ya posee. También están comprometidos en cumplir con las metas de la empresa.

Finalmente se sienten interesados por todo lo que sucede en la inmobiliaria, y su futuro.

En relación a la motivación laboral:

El personal se siente partícipe de los éxitos y fracasos de su área de trabajo. Asimismo se sienten parte de su equipo de trabajo. Por otro lado durante el tiempo que están laborando en la inmobiliaria le han otorgado algunos reconocimientos. También la inmobiliaria no les proporciona oportunidades para su desarrollo profesional.

También manifiestan que la inmobiliaria le brinda la oportunidad de ascender de cargo. Por otro lado se observa que consideran buenas las condiciones de trabajo que la inmobiliaria promueve. En lo referido a la carga de trabajo está bien distribuida. Por otro lado la comunicación interna dentro de su área de trabajo funciona correctamente

Asimismo se observa que se considera asertiva la relación entre el personal y su jefe inmediato. En lo referido a la formación necesaria para desempeñar correctamente su trabajo se da de forma esporádica. Finalmente cuando se implantan nuevos mecanismos y es necesaria formación específica, la empresa le proporciona dicha formación.

Nuestros resultados tienen relación con Méndez (2012) en “El salario como factor de motivación de los empleados del sector bancario de la Ciudad de Barquisimeto”, en la cual menciona que a la relación entre el salario y la motivación bajo la perspectiva teórica, se puede concluir que el mismo no es un factor motivador; si no que motiva en la medida de la importancia que otorga el individuo a las necesidades que permite satisfacer.

Asimismo Espinoza (2013) en “Motivación laboral y compensaciones” menciona: la compensación integral influirá en la motivación en tanto combina estímulos tanto extrínsecos como intrínsecos; extrínsecos en el caso del componente monetario, e intrínsecos en su componente intangible asociado a la actividad misma y su contexto laboral.

También Colmenares (2010) en “Propuesta Plan de Incentivos Laborales como Herramienta del Sistema de Motivación al Logro de los Trabajadores del Departamento de Recursos Humanos caso (fundadeporte), menciona lo importante que es el grado de satisfacción y los incentivos ya que permiten un mejor rendimiento y una alta aplicabilidad por parte de los empleados, y así mismo logran optimizar efectivamente las actividades que desempeñan generando mayor productividad y satisfacción tanto para los trabajadores como para los jefes.

Asimismo Rodríguez (2012) en “Influencia de la motivación en el aumento de la eficiencia en los trabajadores de la empresa Telefónica Oficina Trujillo”, afirma que la motivación de los trabajadores logrará alcanzar una mayor eficiencia medida por el cumplimiento de metas de atención así como la colocación de productos. Por otro lado Barreto (2013) en “Relación entre la remuneración y la productividad de los Trabajadores de la Empresa Servicios Generales E.I.R.L.”, afirma que existe a mayor remuneración mayor motivación hacia el logro de objetivos.

Jara (2011) en “Evaluación de los resultados de un plan de motivación en el crecimiento de la competitividad la empresa Constructora Bectek- Trujillo”, menciona que la implementación de un plan de motivación permitirá que los

empleados puedan trabajar mejor porque estarán con un conocimiento exacto de los beneficios a los que tiene derechos por las metas alcanzadas y esto permitió que el nivel de competitividad de la empresa aumente, que se mide por medio de indicadores como utilidad neta, incremento del número de clientes, proyectos de construcción realizadas y participación en el mercado.

Sánchez (2010) en "Clima organizacional y su relación con la motivación laboral del personal de salud de las microrredes Cuñumbuque y Tabalosos - 2010", afirma que de acuerdo a la percepción de los trabajadores no hay diferencia en el clima organizacional según microrredes de Salud. Asimismo menciona que no hay diferencia entre los niveles de satisfacción laboral percibidos por los trabajadores en cada uno de las microrredes.

Lo mencionado anteriormente confirma nuestra hipótesis que Sí existe una relación directa e influyente entre el Programa de Incentivos y la Motivación laboral.

CONCLUSIONES.

Las principales conclusiones son:

La empresa solo otorga algunos beneficios motivacionales que no cumplen con las expectativas del personal. Las condiciones salariales no son las óptimas y no están de acuerdo con el desempeño laboral.

El personal se identifica con la empresa y le gusta asumir nuevas responsabilidades en el trabajo, además de las que ya posee. Asimismo se sienten interesados por todo lo que sucede en la inmobiliaria y su futuro laboral.

El personal se siente partícipe de los éxitos y fracasos y se sienten parte de su equipo de trabajo. Asimismo la empresa les otorga algunos reconocimientos. Pero no les proporciona oportunidades para su desarrollo profesional.

La empresa les brinda la oportunidad de un plan de carrera y ascender en los cargos. Asimismo son buenas las condiciones de trabajo que la inmobiliaria promueve y la comunicación interna funciona correctamente

Existe una buena relación entre el personal y el personal directivo y cuando se implantan nuevos mecanismos y es necesaria formación específica, la empresa le proporciona dicha formación.

Finalmente se puede concluir que si existe una relación directa e influyente entre el Programa de Incentivos y la Motivación laboral en la Inmobiliaria JC & R S.A.C.

RECOMENDACIONES.

La empresa debe implementar algunos beneficios motivacionales que cumplan con las expectativas del personal. Así como mejorar las condiciones salariales y que estén de acuerdo con el desempeño laboral.

La empresa debe mantener al personal identificado con la organización y mejorar las condiciones laborales, además de las que ya posee.

La empresa debe implementar reconocimientos monetarios y no monetarios al personal en base a su desempeño y proporcionarles oportunidades para su desarrollo profesional.

La empresa debe incentivar y mejorar los planes de carrera del personal dentro de la empresa.

La empresa debe incentivar una mayor camaradería entre el personal. As también debe formar y capacitar a todo el personal de manera periódica..

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- ARIAS, F. (1999). El proyecto de investigación. (3era edición). Editorial Episteme. Venezuela.
- ARIAS, G. F. (1996) "Administración de Personal", México, McGraw-Hill
- ALVARADO M., QUEVEDO A. Y TOVAR M. (2006). Estrategias motivacionales y desempeño laboral en la empresa Fundiciones H.S. C.A. Trabajo de Grado. Universidad de Carabobo (UC).
- BUSTAMANTE R. Y MORA E. (2006). Estrategias gerenciales de motivación para elevar el nivel de desempeño de los trabajadores. Caso: Empresa manufacturera de papel. Trabajo de Grado. Universidad de Carabobo (UC).
- BOHLANDER, G Y SNELL, S (2008) Administración de Recursos Humanos. (14ta edición). Editorial Cengage Learning. México.
- CLAYTON ALDERFER (1998) Administración (Séptima Edición) International Thompson Editores: México
- CHRUDEN, H y Sherman, A. (1977). Administración de Personal. Compañía Editorial Continental, S.A. México.
- DAFT R. (2004). Administración. (6ta Edición). Editorial Thomson México.
- DAVIS, K y Newstrom, J (2003). Comportamiento Humano en el Trabajo (11ma edición). Editorial Cengage Learning. México.
- DESSLER, G. (1996). Administración de Personal. (6ta edición). Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana. México
- DOUGLAS MCGREGOR (1960) El lado humano de las organizaciones (3era edición). Editorial Pearson Pentrice Hall. España.
- CHIAVENATO I. (2004). Administración de Recursos Humanos. Quinta edición. McGraw Hill. Bogotá-Colombia.
- CHIAVENATO I. (1998). Introducción a la Teoría de la Administración. Cuarta edición. Editorial McGraw Hill. Bogotá-Colombia.

- FIGUERAS A. Y RUIZ C. (2007). Estrategias motivacionales que se aplican en la Corporación de Salud del Estado Aragua con el objeto de alcanzar un mejor desempeño laboral de los funcionarios de carrera. Año: 2007. Trabajo de Grado. Universidad de Carabobo (UC).
- GARCÍA, JESÚS (2005) "Organización y Dirección de Empresas". (3era edic.) España, Editorial Thomson Editoriales Spain Paraninfo
- GIBSON, J., IVANCEVICH, J. & DONNELLY, J. (2001). Las Organizaciones (Comportamiento, estructura, procesos) (10ma ed.). Santiago de Chile: Mc Graw Hill Editores
- HALSEY, F. (1948) Introducción a la administración: paradigmas en las organizaciones (Cuarta Edición) Editorial Hyspamerica: Buenos Aires
- HERSEY, P., BLANCHARD, K. & JOHNSON, D. (1998). Administración del comportamiento organizacional (7ª ed.). México: Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana.
- HERZBERG, FREDERICK. (2001), "Una vez más: Cómo se motiva a los empleados", Revista Hitos de la Gestión Empresarial.
- KOONTZ, HAROLD Y WELHRICH, HEINTZ (2006), "Elementos de administración. Enfoque internacional" (6ta Edic.). México, Mc Graw-Hill
- MASLOW, ABRAHAM. (2007), "Una teoría de la Motivación Humana. En Hitos en la Gestión Empresarial". España, McKinsey & Company Ediciones Apóstrofe.
- MCGREGOR, D. (2001). El factor humano en la empresa, Colección Gerencia Empresarial. Caracas: Ediciones Deusto
- NADLER, N.A & TUSHMAN, M.L (1999) Diseño de la organización como arma competitiva (Tercera ed.) Reino Unido: Oxford University
- REEVE, J. (2002). Motivación y emoción (3ª ed.) México, D.F.: McGraw-Hill Interamericana
- ROBBINS, STHEPEN (2004), "Comportamiento Organizacional", México, Pearson Education. CHIAVENATO, IDALBERTO (2002),

“Administración de los Recursos Humanos” (2da edic.). México, McGraw-Hill

- RODRÍGUEZ, MAURO (2006), “Motivación al Trabajo”. Colombia, Editorial El Manual
- RUIZ, F. (2007). Proyecto de Investigación. Editorial Panapo. Venezuela. RUSSELL, A (1988). Un concepto de Planificación de Empresas. Editorial Limusa. México.
- SLOCUM, H. (2009). Comportamiento Organizacional. (12da edición). Editorial Cengage Learning. México.
- STONER, JAMES (2005), “Administración General” (5ta edic.), México, Editorial Limusa
- THOMAS, K. (2001), Motivación y plenitud 8 horas al día, México, D.F.: Editorial Grijalbo
- VROOM, V. Y DECCI, E (1999), Motivación y alta dirección, Editorial Trillas, México, D.F.: Editorial Trillas
- WERTHER, W y Davis, K. (2008). Administración de Recursos Humanos. Editorial McGraw-Hill Interamericana S.A. México.
- YNFANTE, R. (2008). Incentivos. (Documento en línea). Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/organizacion-talento/incentivos-y-la-motivacion.htm>

ANEXOS.

CUESTIONARIO

El presente instrumento tiene como propósito determinar la relación que existe entre el Programa de incentivos laborales y la motivación laboral en la Inmobiliaria JC & R S.A.C de la ciudad de Moyobamba en el año 2018.

INDICACIONES: Responder los ítems de manera sincera y ordenada, los resultados de la encuesta son de manera anónima y para fines de investigación.

Edad: **Género:** M () F () **Cargo:**

Items:

1. ¿La inmobiliaria JC & R S.A.C le otorga algún tipo de beneficio motivacional?
Nunca () Casi nunca () A veces () Casi siempre ()
Siempre ()
2. ¿Lo que recibe como motivación laboral cumple con sus expectativas?
Nunca () Casi nunca () A veces () Casi siempre ()
Siempre ()
3. ¿Son buenas las condiciones salariales?
Nunca () Casi nunca () A veces () Casi siempre ()
Siempre ()
4. ¿Está de acuerdo con la remuneración que le da la empresa por su desempeño laboral?
Nunca () Casi nunca () A veces () Casi siempre ()
Siempre ()
5. ¿Está identificado con la historia y trayectoria de la inmobiliaria?
Nunca () Casi nunca () A veces () Casi siempre ()
Siempre ()
6. ¿El nombre de la empresa y su posición en el sector es gratificante para usted?
Nunca () Casi nunca () A veces () Casi siempre ()
Siempre ()
7. ¿Le gusta asumir nuevas responsabilidades en el trabajo, además de las que ya posee?
Nunca () Casi nunca () A veces () Casi siempre ()
Siempre ()
8. ¿Está comprometido en cumplir con las metas de la empresa?.

- Nunca () Casi nunca () A veces () Casi siempre ()
Siempre ()
9. ¿Se siente interesado por todo lo que sucede en la inmobiliaria, y su futuro?.
- Nunca () Casi nunca () A veces () Casi siempre ()
Siempre ()
10. ¿Se siente partícipe de los éxitos y fracasos de su área de trabajo?.
- Nunca () Casi nunca () A veces () Casi siempre ()
Siempre ()
11. ¿Se siente parte de su equipo de trabajo?.
- Nunca () Casi nunca () A veces () Casi siempre ()
Siempre ()
12. En relación a los reconocimientos, durante el tiempo que está laborando la inmobiliaria: ¿se los ha otorgado?.
- Nunca () Casi nunca () A veces () Casi siempre ()
Siempre ()
13. ¿La inmobiliaria le proporciona oportunidades para su desarrollo profesional?.
- Nunca () Casi nunca () A veces () Casi siempre ()
Siempre ()
14. ¿La inmobiliaria le brinda la oportunidad de ascender de cargo?.
- Nunca () Casi nunca () A veces () Casi siempre ()
Siempre ()
15. ¿Considera buenas las condiciones de trabajo que la inmobiliaria promueve?.
- Nunca () Casi nunca () A veces () Casi siempre ()
Siempre ()
16. ¿La carga de trabajo está bien distribuidas?.
- Nunca () Casi nunca () A veces () Casi siempre ()
Siempre ()
17. ¿Funciona correctamente la comunicación interna dentro de su área de trabajo?.
- Nunca () Casi nunca () A veces () Casi siempre ()
Siempre ()

18. ¿Considera asertiva la relación entre usted y su jefe inmediato?.

Nunca () Casi nunca () A veces () Casi siempre ()
Siempre ()

19. ¿Recibe la formación necesaria para desempeña correctamente su trabajo?.

Nunca () Casi nunca () A veces () Casi siempre ()
Siempre ()

20. Cuando se implantan nuevos mecanismos y es necesaria formación específica, ¿la empresa le proporciona dicha formación?.

Nunca () Casi nunca () A veces () Casi siempre ()
Siempre ()

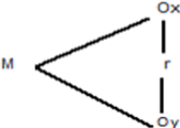
¡¡GRACIAS!!



TITULO: EL PROGRAMA DE INCENTIVOS Y LA MOTIVACIÓN DE LOS EMPLEADOS DE LA INMOBILIARIA JC & R S.A.C, MOYOBAMBA-2018

REALIDAD PROBLEMÁTICA	FORMULACION DEL PROBLEMA	JUSTIFICACION	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
<p>Para Mondy y Noé (1998) Los programas de incentivos consisten en el conjunto de instrumentos que permiten operar lo relacionado con la recompensa, cuyo propósito primordial consiste en mejorar la productividad.</p> <p>Inmobiliaria JC & R S.A.C hace aproximadamente un año la empresa ha</p>	<p>¿Cuál es la relación entre el programa de incentivos laborales y la motivación al personal de la Inmobiliaria JC & R S.A.C, Moyobamba - 2018?</p>	<p>El incentivo se define como la recompensa total, que abarca los aspectos financieros y no financieros, condicionada a la medición del resultado de un trabajo o a la observancia de ciertas normas de conducta (Town,2004).</p> <p>Teniendo presente lo anteriormente descrito, las empresas deben</p>	<p>Objetivo general: Determinar la relación que existe entre el Programa de incentivos laborales y la motivación al personal de la Inmobiliaria JC & R S.A.C de la ciudad de Moyobamba.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Describir el Programa de Incentivos que aplica al personal la Inmobiliaria JC & R S.A.C • Determinar el nivel de 	<p>Alterna: H1: Existe una relación directa e influyente entre el Programa de Incentivos empleada por la Inmobiliaria JC & R S.A.C y la Motivación de sus empleados</p> <p>Nula H0: No existe una relación directa e influyente entre el Programa de Incentivos empleada por la Inmobiliaria JC & R S.A.C y la Motivación de sus empleados</p>	<p>Variable independiente: Programa de Incentivos</p> <p>Es la recompensa total, que abarca los aspectos financieros y no financieros, condicionada a la medición del resultado de un trabajo o a la observancia de ciertas normas de conducta (Town, 2004).</p> <p>Variable dependiente: Motivación de los empleados</p> <p>Según Stephen P. Robbins, la motivación son</p>	<p>Tipo de Investigación: Descriptiva – Correlacional</p> <p>En este caso buscamos identificar las actitudes y actividades que realizan los empleados de la Inmobiliaria JC & R S.A.C de la ciudad de Moyobamba e identificar la relación entre estos.</p> <p>Nivel de Investigación: Básica</p> <p>Se determinó previamente las variables. Se trabaja con muestras representativas. Puesto que para el desarrollo de esta investigación se han definido las variables: Programa de incentivos y motivación.</p> <p>Método: Científico</p> <p>Se buscó la manera sistemática en que se aplica</p>

<p>elevado sus ventas 30% en promedio, esto a consecuencia de la activa labor de la fuerza de ventas con la que cuenta la empresa y los incentivos que en ese entonces se reconocían a los colaboradores quienes son personal antiguo de la empresa; y el cual este último año (2018) no se ha visto beneficiado específicamente en la parte remunerativa, lo cual ha generado</p>		<p>emplear los incentivos como una herramienta para la mejora de la productividad, es por ello que ha surgido la inquietud de desarrollar la investigación basada en la mejora del programa de incentivos al personal de la inmobiliaria.</p> <p>Esta investigación contribuirá especialmente en identificar la relación existente entre el</p>	<p>satisfacción de los empleados aplicando un instrumento de medición.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar el incentivo laboral del programa que tiene más influencia en la motivación del personal. •Sustentar los resultados de la presente investigación. 		<p>procesos que dan cuenta de la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo de un individuo por conseguir una meta.</p>	<p>el pensamiento al investigar, y es de índole reflexiva</p> <p style="text-align: center;">Deductivo</p> <p>Se partió de los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico varias suposiciones.</p>
--	--	---	--	--	--	---

<p>un descontento y un desinterés en colaborar activa y agresivamente en la promoción de ventas, ya que según la modalidad empleada actualmente de recortar los incentivos, resulta igual la remuneración. La desmotivación por parte de los empleados se ha visto reflejado en la generación de un clima laboral negativo, una baja producción de la fuerza de ventas y una</p>		<p>programa de incentivos y la motivación de los trabajadores de la inmobiliaria, esto será de vital importancia ya que permitirá determinar que tanto vine influyendo el programa con la motivación, que a su vez afecta la productividad de los colaboradores y en el crecimiento de la organización.</p> <p>Así mismo sirve como referencia para que las</p>				<div style="text-align: right;">  </div> <p>Dónde:</p> <p>M: Representa la muestra formada por 24 trabajadores de la Inmobiliaria JC & R S.A.C</p> <p>Ox: Información sobre el programa de Incentivos aplicado por la Inmobiliaria JC & R S.A.C.</p> <p>Oy: Información sobre la motivación laboral de los empleados de la Inmobiliaria JC & R S.A.C.</p> <p>r: Relación de programa de incentivos y la motivación laboral de los empleados de la inmobiliaria JC & R S.A.C</p> <p style="text-align: center;">Diseño</p> <p style="text-align: center;">Universo, población y Muestra</p> <p style="text-align: center;">Universo: Inmobiliaria JC & R S.A.C</p> <p style="text-align: center;">Población: 95 trabajadores.</p> <p style="text-align: center;">Muestra: Se seleccionó la muestra de manera aleatoria.</p> $n = \frac{N}{4}$
--	--	---	--	--	--	--

disminución en la rentabilidad		empresas del sector y afines puedan desarrollar programas de incentivos adecuados y oportunos que permitan un mayor crecimiento organizacional,				$n = \frac{95}{4} = 23.75 = 24$ <p style="text-align: center;">Técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Encuestas Para Fidias. A (2006): La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. ✓ Observación Directa Según Hernández, Fernández y Baptista (1998), "la observación consiste en el registro sistemático, cálido y confiable de comportamientos o conductas manifiestas". (Pág., 309). <p style="text-align: center;">Instrumentos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cuestionario Casas (2003), define al cuestionario como el documento que recoge en forma organizada los indicadores de las variables implicadas en el objetivo de la encuesta. (p.528) ✓ Notas de Campo César Bergara (2001): Son observaciones puntuales, recogidas la mayoría de las veces de forma inmediata.
--------------------------------	--	---	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--