UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El efecto de la motivación laboral en la rotación del personal del área de producción de Bandas Plast E.I.R.L.

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR

Pablo Fabrizio Cortez Diaz

ASESOR

Luis Augusto Angulo Bustios

https://orcid.org/0000-0001-8145-444X

Chiclayo, 2022

El efecto de la motivación laboral en la rotación del personal del área de producción de Bandas Plast E.I.R.L.

PRESENTADA POR

Pablo Fabrizio Cortez Diaz

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADA POR

Cesar Wilbert Roncal Diaz
PRESIDENTE

Rolando Eduardo Malca Correa
SECRETARIO

Luis Augusto Angulo Bustios
VOCAL

Agradecimientos

Agradezco a Dios por su misericordia, por las oportunidades que me brinda a lo largo de mi vida personal y profesional, por ser el motivo de mi esfuerzo, a mis padres por su amor incondicional, por brindarme todas las herramientas posibles para lograr mi desarrollo como persona.

2 tesis Cortez

INFORME DE ORIGINALIDAD

27%	26%	6%	10%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	4%
2	1library.co Fuente de Internet	2%
3	docplayer.es Fuente de Internet	1%
4	core.ac.uk Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Católica San Pablo Trabajo del estudiante	1%
6	repositorio.usil.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	renati.sunedu.gob.pe Fuente de Internet	1%
8	Submitted to Universidad Católica de Santa María Trabajo del estudiante	1%
9	repository.cesa.edu.co Fuente de Internet	

Índice

Resumen 7
Abstract 8
I. Introducción 9
II. Marco teórico 11
2.1. Antecedentes del problema: 11
2.2. Bases teórico científicas. 16
III. Metodología 19
3.1. Tipo y nivel de investigación 19
3.2. Diseño de investigación 19
3.3. Población, muestra y muestreo 19
3.4. Criterios de selección 20
3.5. Operacionalización de variables 20
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos 21
3.7. Procedimientos 25
3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos 25
3.9. Matriz de consistencia 26
3.10. Consideraciones éticas. 28
IV. Resultados y discusión 29
V. Conclusiones 38
VI. Recomendaciones 40
VII. Referencias 41
VIII. Anexo. 47

Lista de Tablas

Tabla 1. Operacionalización de variables 20
Tabla 2. Prueba piloto 23
Tabla 3. Coeficiente Alfa Cronbach DeVellis 23
Tabla 4. Análisis de fiabilidad 24
Tabla 5. Normalidad de datos 24
Tabla 6. Matriz de Consistencia 26
Tabla 7. Correlación entre variables 34
Tabla 8. Influencia entre constructos 35
Tabla 9. Influencia entre las dimensiones de la motivación laboral sobre la intención de rotación 35

Lista de Figuras

Figura 1. Percepción de la motivación laboral. 29
Figura 2. Medias generales de la percepción de los tipos de motivación 30
Figura 3. Percepción de la intención de rotación 31
Figura 4. Percepción de motivación extrínseca. 32
Figura 5. Percepción de motivación intrínseca. 33
Figura 6. Percepción de motivación trascendente. 33

Resumen

Dada la importancia del factor humano en la actualidad, es preciso realizar un estudio de su comportamiento para ver de qué manera influye en la empresa. Por tal motivo, la presente investigación tuvo por objeto de estudio determinar la influencia de la motivación laboral en la rotación del personal del área de producción de Bandas Plast E.I.R.L. Y así, contribuir a mejorar su desempeño laboral, atraer y retener el talento humano.

Se trató de una investigación descriptiva y causal, con un enfoque cuantitativo, que empleó como instrumentos de investigación, el cuestionario de motivación laboral en base a la teoría antropológica de Juan Antonio Pérez López y el cuestionario de "Intención de Rotación Laboral" (Jacobo & Roodt, 2008). El tamaño de la muestra a la que se aplicó estos instrumentos es de treinta trabajadores del área de producción de la empresa Bandas Plast E.I.R.L. Para el procesamiento y análisis de los datos obtenidos se utilizó el programa estadístico SPSS Vs 22.0. y Microsoft Excel

Palabras clave: motivación, motivación extrínseca, motivación intrínseca, motivación trascendente y rotación laboral.

Clasificaciones JEL: M10, M12 y M19.

Abstract

Given the importance of the human factor today, it is necessary to conduct a study of their behavior to see how to influence the company. For this reason, the objective of this research was to establish the influence of work motivation in the turnover of the production staff of Bandas Plast E.I.R.L. And so, contributing to improve their work performance, attract and retain human talent.

This is a descriptive and causal research, with a quantitative approach, which used as research instruments, the questionnaire of work motivation and the anthropological theory of Juan Antonio Pérez López and the questionnaire of "Intention of Labor Rotation" (Jacobo & Roodt, 2008). The size of the sample and the application of the work tools of the company Bandas Plast E.I.R.L. SPSS Vs 22.0. and Microsoft Excel

Keywords: motivation, extrinsic motivation, intrinsic motivation, transcendent motivation and staff turnover.

JEL Classifications: M10, M12 y M19.

I. Introducción

Ulrich (2007) señala que, con el transcurrir del tiempo, las organizaciones tendrán un notable crecimiento y producto de ello se forjará una mayor competitividad entre ellas, por tal motivo es vital que cuenten con los mejores talentos disponibles y valiosos, estos son los que califican a las organizaciones como exitosas o no. Dichos talentos tan valiosos son las personas. Teniendo el enfoque de Ulrich, para las empresas es altamente perjudicial conservar índices altos de rotación laboral no deseada, es decir que abandonen la empresa, pues estos recursos son muy valiosos.

Según IPSOS Perú (2014) América Latina tiene un porcentaje entre 5% y 10% anual con respecto al índice de rotación laboral y Perú tiene un porcentaje de 15 % en este indicador posicionándose en América Latina como el país que posee el mayor índice de rotación laboral; esto expone que existe un problema en la retención efectiva de los colaboradores en nuestro país.

La rotación laboral no deseada, en términos de costos y productividad, es muy desfavorable y contraproducente para las organizaciones. Pues esto indica que personal calificado, para puestos de trabajo específicos e importantes de la empresa, abandonan la misma. Tras ese vacío se genera la necesidad de contratar un nuevo trabajador y como consecuencia de su ingreso se tienen desfases, tiempos perdidos y deficiencia en la productividad (Chiavenato, 2011).

Si consideramos que, lo ideal es tener una tasa de rotación anual promedio de 7%, entonces nos encontramos frente a un punto crítico, pues el índice de rotación en las organizaciones es el doble y lo anhelado por los gerentes de recursos humanos se encuentra lejos de la realidad.

El proceso de selección de nuevos trabajadores (reclutar, seleccionar y capacitar) genera sobrecostos en las empresas, los cuales son los más altos que en el resto de la región y perjudican a las empresas nacionales en su competitividad. (IPSOS Perú, 2014).

En la actualidad, el sector manufactura es el más afectado por la coyuntura económica. En febrero del 2016, según el informe técnico del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) el sector manufactura es el segundo sector con el aporte del PBI con mayor decrecimiento (-1.67%).

Según Reyes e Hidalgo (2015), El decrecimiento del sector Manufactura en el 2015 se debió a la disminución de las exportaciones de consumo, intermedios y bienes de capital, esto generó una producción menor y, como consecuencia, reducción de empleo. Se puede aseverar que dicha reducción en la empleabilidad tuvo un impacto directo en los índices de

rotación laboral de la industria Manufacturera. Pudiendo corroborarse con lo manifestado por el Ministerio de Trabajo, quien atribuye que, en el 2015, el sector manufactura fue el sector con mayor rotación de personal teniendo un índice de 18.96% de rotación anual, superior al de la actividad extractiva (15.6%) y transporte y comunicaciones (12.12%). Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, (2015).

Por ello se seleccionó a la Empresa Bandas Plast E.I.R.L. como caso de estudio para esta investigación, pues presentó, para el año 2018, una rotación laboral de 30% aproximadamente. En ese sentido, este índice de rotación de 30% en el año 2018, se encuentra muy por encima de la rotación aproximada del sector Manufacturero, que es de 18.96% y es aún más elevada que el máximo aceptado de rotación en América Latina en un 10%. (IPSOS Perú, 2014).

Por todo lo mencionando con anterioridad se plantea la siguiente pregunta ¿La motivación laboral influye en la rotación del personal del área de producción de Bandas Plast E.I.R.L.? Así, el objetivo general de esta investigación fue determinar la influencia de la motivación laboral en la rotación del personal del área de producción de Bandas Plast E.I.R.L.; además, se plantearon los siguientes objetivos específicos: determinar el tipo de motivación que perciben los trabajadores, determinar la percepción de los colaboradores sobre su intención de rotación de la empresa Bandas Plast E.I.R.L. y determinar la influencia de la motivación extrínseca, intrínseca y trascendente en la rotación del personal del área de producción de Bandas Plast E.I.R.L.

La contribución de la investigación actual está dirigida a la empresa porque identificará los factores motivadores que influyen en la rotación de empleados, permitiendo la aplicación de correctivos necesarios y la provisión de herramientas de mejora interna que contribuyan al fortalecimiento organizacional a favor de la productividad general de la empresa.

Finalmente, el primer capítulo contiene una introducción a la investigación realizada, seguida de un marco teórico que incluye los antecedentes del problema, los fundamentos teóricos y las definiciones para una mejor comprensión de la investigación. Además, en el tercer capítulo se mencionó la metodología que se utilizará para alcanzar los objetivos de la tesis. Finalmente, gracias al método utilizado, los resultados estarán disponibles en el cuarto capítulo para su discusión y para llegar a conclusiones y recomendaciones del presente trabajo.

II. Marco teórico

2.1. Antecedentes del problema:

Moreno y Lemus (2017), en su investigación el objetivo fue analizar e identificar las principales razones de rotación de personal en el área operativa de la compañía, OILTRANS S.A.S, de la que se derivarían acciones de mejora. En su metodología el estudio es cualitativo, habiendo aplicado un instrumento con la escala de Likert. En cuanto a su conclusión principal, el índice de rotación de personal mostró una rotación de personal de 69.2% para el mes de diciembre del 2016 y a través de este estudio, se determinó que la razón principal de la rotación de personal fue el pago de salarios impuntuales junto con la falta de pago de beneficios sociales, lo que condujo a la insatisfacción de los empleados.

Herrera y Ruiz (2020) en su investigación buscaron determinar los principales factores que contribuyen a la alta rotación laboral, así como el impacto que la compensación y el clima laboral tienen en ella. La investigación es de tipo descriptivo, con diseño no experimental y enfoque cuantitativo. Se decidió tener en cuenta dos factores esenciales: las compensaciones y el clima laboral. Estas personas juegan un papel clave en la empresa cuando un empleado decide quedarse o irse. Para garantizar que los empleados estén contentos y motivados, las empresas deben crear un sistema de compensación adecuado. Al hacerlo, se beneficiarán de la contratación de personal calificado y de mantener a sus empleados actuales. Además, un clima laboral deteriorado siempre será una barrera para que un empleado continúe trabajando para una organización.

Fernández (2020), en su investigación planteó como objetivo general “Determinar si el modelo de medición del clima laboral de COESAC guarda relación con la intención de rotación de su personal”. En relación con su metodología, tiene un alcance correlacional y enfoque cuantitativo. Se concluyó que la organización no ha estado empleando los instrumentos ni indicadores adecuados, lo cual implica tomar decisiones incorrectas y tener una deficiente gestión del talento humano. Esto es un problema para la organización porque la forma en que los empleados abandonan la empresa supone un riesgo si no se gestiona. propiamente, dado que lograría afectar en las variables de rotación (que es en última instancia lo que uno quiere), productividad,

ausentismo y desempeño. La decisión de utilizar una herramienta no validada o de establecer estándares demuestra que existe una brecha de conocimiento en la gestión de recursos humanos en términos de medición de variables de clima laboral. Las decisiones tomadas en nombre de la mejora del clima institucional no se han basado únicamente en datos, y como resultado, nadie sabe cuáles son los verdaderos problemas o fuentes de insatisfacción de los empleados en relación a su clima laboral.

Rivera (2019) realizó una investigación para determinar como objetivo principal si existe una relación entre la motivación de los empleados y la retención de los trabajadores del departamento de operaciones de una compañía de seguros con una oficina en Lima en el 2018. Su método fue de tipo cuantitativo correlacional, con diseño no experimental transversal correlacional. Se determinó que retener a los empleados actuales de la misma empresa dependerá críticamente de su motivación. En consecuencia, entre la motivación laboral y la retención laboral se llega a precisar que existe una relación positiva.

Mejía, Cortes y Valdez (2017) buscaron determinar la prevalencia de rotación entre los empleados de la Administración Soriana CM, S.A de C.V. Bodega Actopan Hidalgo. Estudio cuantitativo con diseño no experimental de estudio descriptivo correlacional transversal. En conclusión, se determinó que el clima organizacional es un indicador trascendental que cualquier empresa debe considerar, porque afecta la longevidad y el desempeño de sus empleados. Como resultado, la empresa objetivo del estudio podrá identificar el clima dominante de la empresa y, si hay una influencia en la rotación del personal, podrá tomar medidas correctivas para mejorar la situación. Como resultado, evitar la fuga de los trabajadores y en consecuencia reducir los costos asociados con el reclutamiento, la selección y la capacitación.

Moscol (2019), el objetivo principal de su estudio fue establecer la influencia de la gestión de recursos humanos en la rotación del personal productivo de la organización Factoría Industrial S.A.C. – Trujillo 2018. Siendo una investigación transversal de tipo descriptiva. En sus conclusiones se identificó que los niveles de las dimensiones de la gestión de recursos humanos de la empresa Factoría Industrial S.A.C., son percibidos con nivel regular, en cuanto a conocimientos, desarrollo profesional y condiciones de trabajo; mientras que, las habilidades y el clima laboral se perciben con un nivel de

malo. En términos generales, el personal operario percibe como regular la gestión de recursos humanos. Además, se concluyó que los niveles de las dimensiones de rotación de personal son percibidos por el personal operario con un nivel de regular a: remuneración directa, ambiente de trabajo, motivación y productividad; mientras que la remuneración indirecta es percibida con un nivel de malo. Finalmente, la dimensiones que generan mayor rotación de personal operario son: habilidades, clima laboral y remuneración indirecta; debido a que cuentan con un nivel de malo.

Bustamante, C. (2018) investigó el nivel de percepción de intención rotacional entre los empleados de COMOLSA SAC en Lambayeque con el objetivo de determinar el nivel de percepción de intención rotacional. La investigación tuvo un diseño no experimental y un nivel cuantitativo, aplicado y descriptivo de enfoque. De acuerdo con los hallazgos sobre la percepción de la intención rotativa en el componente de apoyo organizacional, los niveles de comunicación son bastante bajo y apenas hay falta de integración entre los compañeros de trabajo. Como consecuencia, se concluye que aunque las personas desean el crecimiento profesional, sus empleadores no lo proporcionan. Se descubrió que una de las razones de esto es la falta de orden y las funciones poco claras. Esto refleja la insatisfacción de los trabajadores con el tratamiento que reciben en las metas frecuentemente incumplidas.

Campos (2018), en su estudio su principal objetivo fue identificar las variables clave que influyen en la rotación de personal en la Planta 4 de la empresa agroindustrial Vir S.A. en 2017. Estudio con un diseño no experimental, transversal y descriptivo. En la Planta 4 de la empresa agroindustrial Vir S.A., el salario es un factor que contribuye a la rotación de personal. Esto se debe a que, según una encuesta a ex empleados de esa planta, el 62% de ellos cree que el sueldo fue un factor importante para decidir si dejar un trabajo y que este salario no correspondía a las actividades realizadas allí (41%). Debido a que el 50% de los encuestados cree que todos tienen las mismas oportunidades, como promociones o aumentos, también se determinó que las oportunidades de avance no resultan en una rotación personal. Finalmente, se demostró que la cultura organizacional no contribuye a la rotación de personal puesto que el 46% de los encuestados reconoce la posición de la empresa en el sector agroindustrial y cree que este no es un factor decisivo en su decisión dejar su puesto actual de empleo.

Fernet, Trépanier, Demers y Austin (2017) en su investigación que tuvo como objetivo examinar si las diferentes formas de motivación predicen la intención de abandonar la ocupación y la organización a través de distintas formas (afectiva, continuidad) y objetivos (ocupación, organización) del compromiso. Los datos de las secciones transversales se obtuvieron de una muestra de 572 enfermeras recén inscritas francocanadienses que trabajan en salud pública en la provincia de Quebec, Canadá. El modelo hipotético se probó mediante un modelo de ecuación estructural utilizando MPlus. Los resultados obtenidos tratan que la motivación autónoma (las enfermeras realizan su trabajo principalmente por un sentido de placer y satisfacción o porque personalmente respaldan la importancia o el valor de su trabajo) predice negativamente la intención de abandonar la profesión y la organización a través de un compromiso afectivo específico.

Delgado, López y Moreno (2017) en su investigación tiene como objetivo principal indagar la relación entre el clima organizacional y la rotación de empleados utilizando factores como apoyo organizacional percibido, compromiso organizacional, intención de permanecer en la organización, búsqueda de empleo y productividad. Su método sugirió un diseño no experimental. Los hallazgos del estudio se resumieron como mostrando que uno de los factores clave que influyen en la satisfacción en el lugar de trabajo es el clima organizacional. Como resultado, si las organizaciones quieren evitar que sus empleados busquen nuevos trabajos, deben mejorar factores del clima organizacional.

Pottillo, Morales e Ivarbo (2016) llegaron a la conclusión en su estudio de que se debe tener en cuenta el clima organizacional de cualquier organización como indicador consecuente puesto que afecta el desempeño y retención de sus empleados. La empresa objetivo de la investigación podrá identificar el clima prevaleciente de la empresa y, si tiene un impacto. sobre la rotación de personal, podrá tomar medidas correctivas para mejorar la situación y evitar que el personal se vaya para otras empresas. Además de identificar la cultura predominante de la compañía, esta investigación también incluye información sobre los perfiles de los empleados de aquellos que están más satisfechos en el trabajo. Esta información puede ser útil a la hora de reclutar y seleccionar candidatos más específicos porque se sabrá qué tipos de personas podrán

adaptarse mejor a la organización y permanecer allí más tiempo. Al hacer esto, los costos de reclutamiento, selección y capacitación también pueden reducirse.

Cainicela, F. y Pazos, P. (2016) en su estudio tuvo como principal objetivo establecer si existe una relación entre la el compromiso organizacional, satisfacción laboral y la intención de rotación en empleados de una organización del sector minero. Así como, determinar las variables que predicen la intención de rotación. Su metodología sugiere que el estudio es explicativo, correlativo, correlación y transversal. El diseño es de naturaleza cuantitativa. Del mismo modo, el estudio no es experimental. Los hallazgos del estudio llegaron a la conclusión de que existe una correlación significativa entre las dimensiones de compromiso organizacional y la intención de rotación.

Bustamante, Fernández, Moscoso y Vera (2016) realizaron una investigación con el objetivo general de establecer la relación entre compromiso organizacional e intención de rotación laboral en la cementera Yura S.A. para identificar la intención de rotación de personal. Una investigación cuantitativa que tiene un alcance descriptivo y correlacionado. Investigación no experimental y transversal. El estudio llegó a la conclusión de que los dos tipos de compromiso, afectivo y normativo, tienen una relación inversa con la intención de rotación porque los empleados se sienten más conectados emocionalmente con la empresa cuando se satisfacen sus necesidades y tener un mayor sentido de lealtad a la organización debido a su sentido de obligación de permanecer.

Rodriguez, Ortiz, Vera, Soto y Delgado (2016) en su estudio buscaron demostrar la existencia de una relación inferencial entre la satisfacción de los empleados y la rotación laboral con el fin de aumentar la eficacia de los esfuerzos realizados por diversas empresas, que invierten recursos para aumentar la satisfacción de los empleados sin aumentar necesariamente la tasa de rotación para el negocio en su conjunto. El mencionado estudio es de naturaleza descriptiva y utiliza un enfoque cuantitativo de diseño correlacional. Para determinar los niveles de satisfacción laboral y cómo afectaban la intención de rotar, los investigadores analizaron una muestra de 111 empleados de nivel medio de las dos compañías dedicas a l sector minero en los departamentos de Cusco y Arequipa. Para ello, se realizaron los cuestionarios "Escala de Opiniones SL-SPC"(Palma, 2005) e "Intención de Rotación Laboral" (Jacobo y

Roodt, 2008). Se encontró una inferencia entre los dos fenómenos como consecuencia de esta investigación. Todos los factores que afectan la satisfacción laboral no tuvieron realmente un impacto en la intención de rotación. Debido a este estudio, ambas organizaciones ahora saben qué aspectos de la satisfacción laboral de sus empleados deben ser priorizado y qué áreas deben tener una reducción para que la rotación disminuya realmente.

2.2.Bases teórico científicas.

Las teorías o modelos de los que se hará referencia en esta sección reflejan las posiciones de autores contemporáneos sobre la motivación en los colaboradores, así como en la rotación de personal. Estas teorías de los que se hará referencia tienen aportes válidos para contribuir en la presente investigación.

Modelo Antropológico sobre la Motivación

Pérez (2002) percibe a las empresas como instituciones formadas por seres humanos y administradas por las mismas personas y existe una relación inevitable entre dichos sujetos, los cual origina distintos resultados o consecuencias de acuerdo a la interacción que se genere entre las personas, pues el ser humano puede ver que sus decisiones tienen un efecto en los demás y en función a ello reaccionar. Las motivaciones cumplen un rol significativo en el proceso de dirección de una organización, puesto que los motivos del dueño de la empresa delimitan las bases de la toma de acciones (Pérez, 2002). En su elaboración toma en cuenta las teorías de procesos y metas; de esta manera las teorías de motivación deben incorporar el componente humano. Teniendo en claro que existe una gran interrelación entre las personas, esta sigue el mismo medio que las teorías ya mencionadas, incluyendo una más: la trascendental.

Se precisa como “un modelo de fuerza que conduce a que las personas actúen debido al beneficio de sus actos para otra u otros individuos” (Pérez, 1997, p. 18). Para Ferrer (1998) este triple vínculo es esencial para que un colaborador ejecute correctamente sus labores, estableciendo un orden jerárquico entre las tres, donde esta última es la que posee más carga motivacional; empero, la intención de los individuos es lo que termina indicando a cuál darle un peso mayor.

Motivación Extrínseca

La motivación extrínseca es aquella fuerza que se inicia desde afuera, que impulsa a efectuar una acción ya sea para conseguir una retribución o prevenir una sanción (García, 2004; Pérez, 2002), considerándose que "las causas donde se basa o nace la conducta se hallan al exterior y no dentro del ser humano" (Revee, 1994, p. 22). Esta figura de motivación alega a una necesidad material, que hace referencia a todas aquellas necesidades que son saciadas desde el entorno externo . (Pérez, 2002).

La motivación extrínseca se contempla como el grupo de indemnizaciones, incentivos monetarios, sueldos, tiempo flexible, vacaciones, bonos, formación, entre otros, siendo necesarias para que se consigan los cometidos de la organización (Bonner y Sprinkle, 2002). El salario es la retribución que se adquiere a causa del trabajo, que proporciona equilibrio financiero al individuo que lo consigue (Osterloh y Frey, 2000) y las primas y rentabilidad pueden ser monetarias o no necesariamente, que se dan junto al sueldo de manera extra en el caso que se logren los objetivos establecidos. Empero, estos incentivos pueden mermar el afán laboral, puesto que se puede concentrar la atención en la retribución y no en el desarrollo; por consiguiente, requiere de cuidado en su práctica (Bonner y Sprinkle, 2002). Por ende, debe haber una supervisión apropiada que tiene que ver con el consentimiento del control y la fiscalización de la labor de los colaboradores para brindarles un feedback en función de su productividad laboral (Benedetti, Diefendorff y Chandler, 2015).

Aunque no puedan ser la motivación principal, faculta encaminar la conducta de los colaboradores puesto que en su totalidad requieren el dinero para poder cubrir sus gastos (Martín, Martín y Trevilla, 2009). Igualmente, "cuando la conducta de los individuos se da en un entorno adecuado a fin de obtener resultados convenientes, se inculca algo más que la respuesta a un problema, puesto que la imagen de la conducta afiliado con el éxito también se ve fortalecida" (Naranjo, 2009, p.158). Es menester un ambiente agradable para el individuo si desea impulsar su más grande rendimiento. Por consiguiente, deben ser tomados en cuenta las condiciones de la empresa, como las normas. (Herzberg, 2003).

Motivación Intrínseca

"La motivación intrínseca es el impulso que direcciona al individuo a efectuar un acto que comprende el placer por realizar algo que disfruta realizar, y simultáneamente, delimita el logro de aprendizaje" (Gómez-Betancourt, Betancourt y Cuervo, 2012; García, 2004; Pérez, 2002). "Así se precisa, como el regocijo que se genera al efectuar alguna acción y no por algún resultado de ésta, consiguiendo predominar la existencia de una relación entre la tarea y el individuo" (Deci y Ryan, 2000; Pérez, 2002). "La necesidad cognitiva se fomenta cuando una persona es apta de desarrollar las capacidades que le permitan manejar su entorno y conseguir lo que se propone" (Pérez, 2002). Igualmente, esta motivación faculta fomentar un entorno laboral que permite la trasmisión de información, comunicación, y formación de comportamientos, capacidades y habilidades (Slater y Narver, 1995).

Motivación trascendente

"El vínculo entre el jefe y los subalternos por lo general genera inconformidad a los colaboradores; por consiguiente, no se debe aludir el lado humano de las organizaciones si se anhela conseguir un optimo desempeño" (Vejarano, 2017). "La naturaleza del ser humano está formada por lo sensitivo y lo intelectual, donde las dos partes interactúan y viven a la par, por esta razón, no se pueden apartar las emociones de acciones" (García, 2004); ya que están inmersas y predominan en las relaciones con otros individuos (Ribes, 2001).

Es así que, según Pérez (2002) "la conducta también procede de motivaciones eminentes, donde se busca el bienestar del prójimo independientemente de la consecuencia o beneficio que se reciba de esta acción, inclusive a pesar de los intereses de uno mismo (Pérez, 2002)". Responde a una necesidad afectuosa, la cual se desglosa del beneficio de emprender relaciones con los demás. Los seres humanos tienen la capacidad de amar (desarrollar empatía por los demás) identificando las fases que tienen los demás interiormente y aplicando esa empatía". (Pérez, 2002).

Rotación del Personal

Uno de los aspectos más preponderantes del entorno organizacional es cuando se rota al personal, por esta expresión se entiende a la fluctuación de colaboradores entre una entidad, empresa y su entorno, en otras palabras; el canje de individuos que está

determinado por el volumen de personas que entran y que tienen que salir de la organización. Por lo general, la rotación de los colaboradores se enuncia por medio de una relación de porcentajes, en el espacio de cierto ciclo de tiempo. Regularmente se pronuncia en índices por meses o años, a fin de consentir comparaciones, fomentar diagnósticos o suscitar faenas. (Chiavenato, 2011).

III. Metodología

3.1. Tipo y nivel de investigación

El estudio de investigación que se está desarrollando tiene un enfoque cuantitativo con un nivel causal, debido a que pretende determinar cómo influye la motivación laboral en la rotación del personal del área de producción de Bandas Plast E.I.R.L. Se aplicará como instrumento, un cuestionario en base a conceptos de Juan Antonio Perez Lopez conformado por 3 dimensiones, según la teoría antropológica según la escala de Likert a los colaboradores de la presente entidad, a fin de determinar el tipo de motivación que perciben los empleados e identificar los elementos motivantes que participan en la rotación de los colaboradores de la empresa de la empresa Bandas Plast E.I.R.L. Además, se utilizará el cuestionario de intención de rotación laboral de Roodt (citado en Jacobs & Roodt, 2008). Instrumento que se constituye de 14 interrogantes, que permite medir la percepción de los empleados sobre sus intenciones de no permanecer en su entidad laboral.

3.2. Diseño de investigación

La actual investigación posee un diseño no experimental, transversal. Las variables como la motivación laboral, rotación del personal y sus dimensiones respectivamente de cada variable no serán manipuladas, se pretende observar el estado de las mismas y detallar su situación con la recolección de los datos en un instante único determinado.

3.3. Población, muestra y muestreo

Se estudió al personal del área de producción de la empresa Bandas Plast E.I.R.L, del distrito de la victoria, que cuenta con una población de treinta (30) trabajadores en total en esa área. Es una población pequeña y finita, por lo tanto, se tomó la totalidad de la misma, es decir las treinta (30) personas. Se recabará información al 100% de la

población identificada, por lo que, transforma al estudio en una con las características de un censo.

3.4. Criterios de selección

La presente investigación se centra en la empresa Bandas Plast E.I.R.L debido a su gran participación en el rubro que se encuentra, además de contar con los talentos humanos necesarios para alcanzar el fin de la investigación. El estudio se realizó abarcando al personal del área de producción de la organización que se encontró en planilla finalizando el mes de diciembre del 2018, y que aceptaron participar voluntariamente en las encuestas.

3.5. Operacionalización de variables

Tabla 1. *Operacionalización de variables*

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Variable Independiente: Motivación Laboral	Es aquella fuerza interna que impulsa a los hombres a realizar sus actividades dentro de una organización. (Velaz, 1996)	Motivación Extrínseca	Premio	Cuestionario (Escala de Likert)
			Remuneraciones económicas	
			Participación en los beneficios	
			Compensación familiar	
			Cobertura de salud	
		Motivación Intrínseca	Retos	
			Delegación	
			Mejorar procesos	
			Capacitación	
			Innovación	
			Desarrollar competencias	
		Motivación Trascendente	Impacto sobre los demás	
			Dar el ejemplo	
			Justicia y equidad	
			Comunicar objetivos	
			Fomentar el buen ambiente laboral	
Variable Dependiente:	"Es el cambio de colaboradores entre una organización y su	Intención de rotación del personal		Cuestionario de intención de rotación laboral

Rotación del Personal	entorno, es decir; el intercambio de individuos que está definido por el volumen de personas que entran y que salen de la empresa. (Chiavenato, 2011)	desarrollado por Roodt (citado en Jacobs & Roodt, 2008).

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se empleó fue la encuesta, que es una indagación metodológica de información, en la que la persona que investiga consulta a los investigados sobre la información que espera recibir, y más adelante agrupa estos datos particulares para conseguir en la evaluación, datos adheridos. A todos los encuestados se realiza las mismas preguntas, en el mismo orden y en una situación social similar. El instrumento que se consideró fue el cuestionario, que actúa como un mecanismo de investigación cuantitativo que consiste en un grupo de interrogantes que deben ser aplicadas a un individuo en un orden específico y frente a las cuales esta persona puede responder ajustando sus respuestas a un área exclusiva o a una serie de contestaciones que el mismo cuestionario procura.

Para la realización del presente estudio se han utilizado dos instrumentos:

Cuestionario en base a conceptos de Juan Antonio Perez Lopez conformado por 3 dimensiones, según la teoría antropológica, distribuidas en 16 indicadores que permite determinar el tipo de motivación que perciben los empleados e identificar los elementos motivantes que intervienen en la rotación de los colaboradores de la empresa de la empresa Bandas Plast E.I.R.L. El cuestionario se mostró en una escala tipo Líckert, teniendo cinco escalas de respuesta, las mismas que son:

Totalmente de acuerdo = 1, De acuerdo = 2, Indeciso = 3; En desacuerdo = 4; Totalmente en Desacuerdo = 5. Los indicadores se presentaron de manera continua en relación a las 3 dimensiones consideradas: Motivación Extrínseca, Motivación Intrínseca y Motivación Trascendente.

a. La motivación extrínseca, se contempla como el conjunto de indemnizaciones, sueldos, incentivos monetarios, bonos, tiempo flexible, vacaciones, formación, entre otros, siendo necesarias para que se consigan los cometidos de la organización. Dicha dimensión se detallará en los ítems 1,2,3,4 y 5.

b. La motivación intrínseca es el impulso que gobierna al individuo para concretar una acción que tiene que ver con el placer por hacer algo que anhela hacer y simultáneamente determina el beneficio de aprendizaje. Dicha dimensión se detallará en los ítems 6,7,8,9,10 y 11
c. La dimensión trascendente alega a una necesidad afectuosa y cordial, la cual se desglosa del logro de emprender relaciones con otras personas. Esta dimensión se verá reflejada en los ítems 12,13,14,15 y 16.

El cuestionario de intención de rotación laboral de Roodt (citado en Jacobs & Roodt, 2008). Instrumento que se constituye de 14 interrogantes, que permite medir la percepción de los empleados sobre sus intenciones de no permanecer en su entidad laboral. Este instrumento presenta una sola dimensión que es la intención de rotación del personal. Adicionalmente, mostró una evidente preeminencia sobre los demás, al utilizar más interrogantes que la colectividad de instrumentos de medición de la intención de rotación laboral, los cuales consideran con frecuencia uno a tres ítems (Martin, 2007). Finalmente, este cuestionario ha sido empleado en varios estudios asociados a la investigación de la intención de rotación, corroborándose cuantitativamente su alta confiabilidad y validez interna (Bothma & Roodt, 2013; Jacobs & Roodt, 2008; Martin, 2007).

3.6.1. Prueba Piloto

Se ejecutó una prueba piloto a 20 trabajadores del área de producción de una empresa similar de fabricación de plásticos. Se empleó y ejecutó un cuestionario compuesto de 14 ítems para la variable Intención de rotación, además de 16 reactivos para la variable Motivación. Ninguna de las dos variables necesitó rediseño de alguno de sus ítems, debido a que poseen altos niveles de Fiabilidad. El tiempo aproximado para el desarrollo del mismo fue de 20 minutos.

Tabla 2. *Prueba piloto*

Variable	Dimensión	Alfa de Cronbach	Rango
Rotación del personal	Intensión de rotación	78.81%	Muy Respetable
Motivación laboral	Extrínseca	70.12%	Respetable
	Intrínseca	73.43%	Respetable
	Trascendente	82.42%	Muy buena

3.6.2. Análisis de Fiabilidad – Prueba masiva

DeVellis planteó en el año 1991, los rangos adecuados según el nivel de confiabilidad para una prueba estadística nivel descriptivo, a continuación, se detalla lo explicado:

Tabla 3. *Coeficiente Alfa Cronbach DeVellis*

Coeficiente Alfa	Apreciación
Superior 0.95	Muy elevada o Excelente
Entre 0.90 - 0.95	Elevada
Entre 0.85 - 0.90	Muy buena
Entre 0.80 - 0.85	Buena
Entre 0.75 - 0.80	Muy Respetable
Entre 0.70 - 0.75	Respetable
Entre 0.65 - 0.70	Mínimamente Aceptable
Entre 0.00 - 0.40	Inaceptable

Fuente: Adaptado de DeVellis, 1991

3.6.3. Análisis de Fiabilidad- Motivación laboral y Rotación del personal

Teniendo en cuenta los rangos planteados por DeVellis, se tiene que las confiabilidades del Cuestionario de elaboración propia en base a conceptos de Juan Antonio Perez Lopez aplicado en el personal del área de producción de la organización Bandas Plast E.I.R.L para determinar el tipo de motivación que perciben los empleados e identificar los elementos motivantes que intervienen en la rotación de los colaboradores de la empresa y el Cuestionario de intención de rotación laboral de Roodt (citado en Jacobs & Roodt, 2008) que cuantifican la percepción de los colaboradores sobre sus propósitos de cambiar de empresa, fueron :

Tabla 4. *Análisis de fiabilidad*

Variable	Dimensión	Alfa de Cronbach	Rango
Rotación del personal	Intensión de rotación	67.73%	Mínimamente aceptable
Motivación laboral	Extrínseca	65.21%	Mínimamente aceptable
	Intrínseca	82.53%	Buena
	Trascendente	66.44%	Mínimamente aceptable

3.6.4. Normalidad de datos

Al poseer una población de estudios de 30 personas, la prueba estadística elegida fue la de Shapiro-Wilk, teniendo Sigmas mayores a 0.05 en la mayoría de dimensiones, a excepción de Motivación Extrínseca. Indicando así que la mayoría de los datos denotan una normalidad en la distribución de sus datos, por tanto, al momento de hacer la correlación entre las dimensiones se elegirá a Pearson.

Tabla 5. *Normalidad de datos*

Dimensión	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Intensión de rotación	0.968	30	0.49
Motivación Extrínseca	0.923	30	0.03
Motivación Intrínseca	0.969	30	0.52
Motivación Trascendente	0.953	30	0.21

3.7. Procedimientos

Como la naturaleza de la presente investigación requiere de recolección de datos, previamente se acordará las fechas y horas apropiadas para la recolección de datos con el administrador y jefe de producción de la empresa Bandas Plast E.I.R.L, esto con el fin de la misma sea desarrollada en días donde los colaboradores del área de producción tengan una mayor disponibilidad y menor carga laboral.

Posteriormente en el día y a la hora acordada, se presentó el cuestionario a los 30 colaboradores indicándoles que será autoasistido y, además, se les manifestó que los fines del mismo son netamente académicos. Resaltando la importancia de la sinceridad y honestidad de sus respuestas, además de hacerles mención de que el anonimato será respetado en la investigación a desarrollar.

3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos

El procesamiento y análisis de los datos se ejecutó de la siguiente manera:

Luego de aplicar la encuesta a los trabajadores del área de producción de Bandas Plast E.I.R.L y medir su grado de rotación se tabulará la información recolectada mediante de los programas SPSS 25 y Microsoft Office Excel. De igual modo, esta parte del estudio utiliza los procedimientos estandarizados cuantitativos, realizando un análisis descriptivo, correlacional y posteriormente un análisis inferencial.

3.9. Matriz de consistencia

Tabla 6. *Matriz de Consistencia*

Problema Principal	Objetivo Principal	Hipótesis Principal	Dimensiones Variables/	Indicadores/ Operacionalización
¿La motivación laboral influye en la rotación del personal del área de producción de Bandas Plast E.I.R.L?	Determinar la influencia de la motivación laboral en la rotación del personal del área de producción de Bandas Plast EIRL.	**Hipótesis Alternativa** **.** La motivación laboral influye en la rotación del personal del área de producción de Bandas Plast E.I.R.L. **Hipótesis Nula** .La motivación laboral no influye en la rotación del personal del área de producción de Bandas Plast E.I.R.L	Variable Independiente: Motivación Laboral	**Motivación Extrínseca** **.**Premio **.**Remuneraciones económicas **.**Participación en los beneficios **.**Compensación familiar **.**Cobertura de salud **Motivación Intrínseca** **.**Retos **.**Delegación **.**Mejorar procesos **.**Capacitación **.**Innovación **.**Desarrollar competencias **Motivación Trascendente** **.**Impacto sobre los demás **.**Dar el ejemplo **.**Justicia y equidad **.**Comunicar objetivos **.**Fomentar el buen ambiente laboral
Problemas Específicos	**Objetivos Específicos**	**Hipótesis Específicas**		

	• Determinar el tipo de motivación que perciben los empleados. . Determinar la percepción de los colaboradores sobre su intención de rotación. - Determinar la influencia de la motivación extrínseca, intrínseca y trascendente en la rotación del personal del área de producción de Bandas Plast E.I.R.L.		Variable Dependiente: Rotación Laboral	**Rotación del personal** Intención de rotación del personal
Diseño de Investigación	**Población Muestra**		**Técnicas Estadísticas**	**Tipo de investigación**
No experimental Transversal	La población cuenta con una muestra censal de treinta colaboradores del área de producción de la empresa Bandas Plast EIRL		Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario (escala de Likert) Procesamiento: Programa estadístico Microsoft Excel y SPSS.	Enfoque Cuantitativo Nivel Causal

3.10. Consideraciones éticas.

Para el desarrollo de los cuestionarios por parte del personal del área de producción de la organización Bandas Plast E.I.R.L, se comunicó que el desarrollo de los cuestionarios es de carácter anónimo, además se explicó que dicha información recopilada tiene como única meta fines académicos.

IV. Resultados y discusión

4.1. Resultado en figuras

4.1.1. Primer objetivo específico

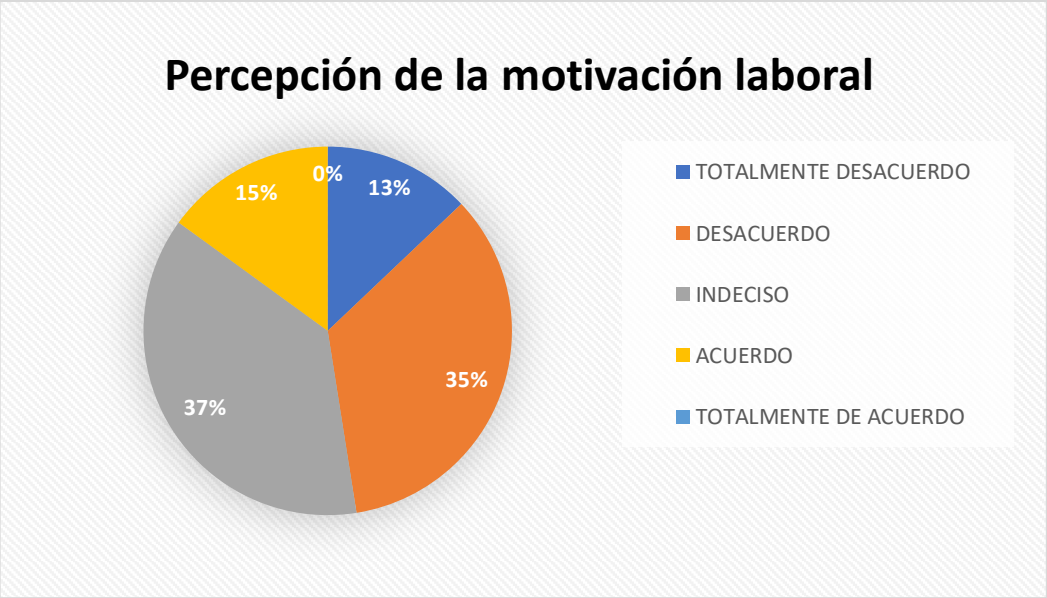

Figura 1. *Percepción de la motivación laboral.*

El primer objetivo específico consistió en " determinar el tipo de motivación que perciben los colaboradores del área de producción de la empresa Bandas Plast E.I.R.L", habiendo analizado los resultados del instrumento de investigación, se observó que hay una percepción negativa de la motivación laboral, reflejado en un 48%. Adicionalmente, tenemos un 37% que puede llegar a ser una oportunidad para la empresa, ya que el sector de los indecisos, luego de un trabajo estratégico con ellos, llegarán a cambiar su percepción de la relación empresa-colaboradores. Chiavenato (2002) manifiesta que la motivación laboral es el “Efecto de la interrelación entre la persona y el contexto en el que se encuentra”. Con la presente enunciación el expone que para que un individuo esté motivado debe haber una relación fluida entre la persona y la situación que esté experimentando en ese momento. Luego del análisis, se infiere que la fluidez de esta relación llegará si y solo si se trabaja un programa donde ambas partes asuman compromisos.

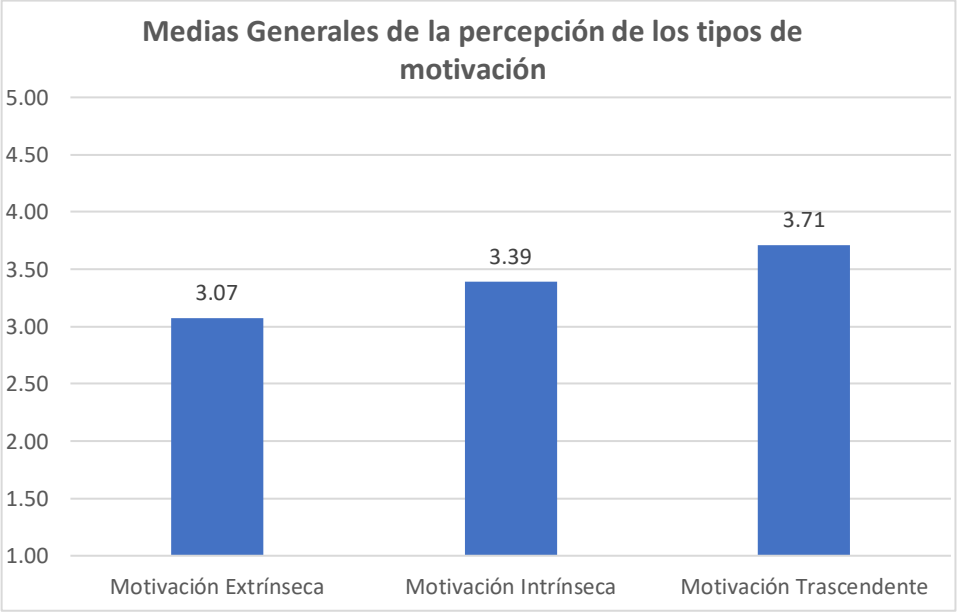

Figura 2. *Medias generales de la percepción de los tipos de motivación*

La figura nº 2 representa un comparativo de la percepción de entre los diferentes tipos de motivación que se ha abordado en la investigación: Motivación extrínseca, motivación intrínseca y motivación trascendente.

El primer porcentaje corresponde a la percepción por parte de los colaboradores en cuanto a motivación extrínseca dentro de la cual el indicador que más representa la percepción del colaborador es aquel que habla de los incentivos por parte de la empresa, teniendo una media de 3.07 que están en desacuerdo y totalmente desacuerdo respectivamente. Los colaboradores no perciben que la empresa los incentiva, ya sea a través de comisiones o reconocimiento, su buena labor dentro de la empresa.

La segunda barra expresa la percepción por parte de los colaboradores en cuanto a motivación intrínseca, teniendo una media de 3.39 que están en desacuerdo y totalmente desacuerdo respectivamente. Dentro de la cual el indicador que más representa la percepción del colaborador es aquel que se refiere a la constante innovación de la empresa en sus procesos y tecnología, limitando el desarrollo de los colaboradores en sus competencias y la capacidad de nuevos aprendizajes.

En el tercer porcentaje se evidenció que el tipo de motivación que más sobresale con una media de 3.71 es la motivación trascendente. Este valor que se identificó representa la percepción negativa sobre la motivación que poseen los trabajadores del área de producción de la organización. El indicador que más representa la percepción del colaborador es aquel que se refiere a si el empleador comparte con sus colaboradores la visión y misión de la empresa. Los colaboradores perciben en este caso que la alta dirección no ve necesario en compartir sus objetivos a corto, mediano y largo plazo, puesto que solo requieren que se enfoquen en el cumplimiento de sus funciones operativas.

4.1.2. Resultado del segundo objetivo específico

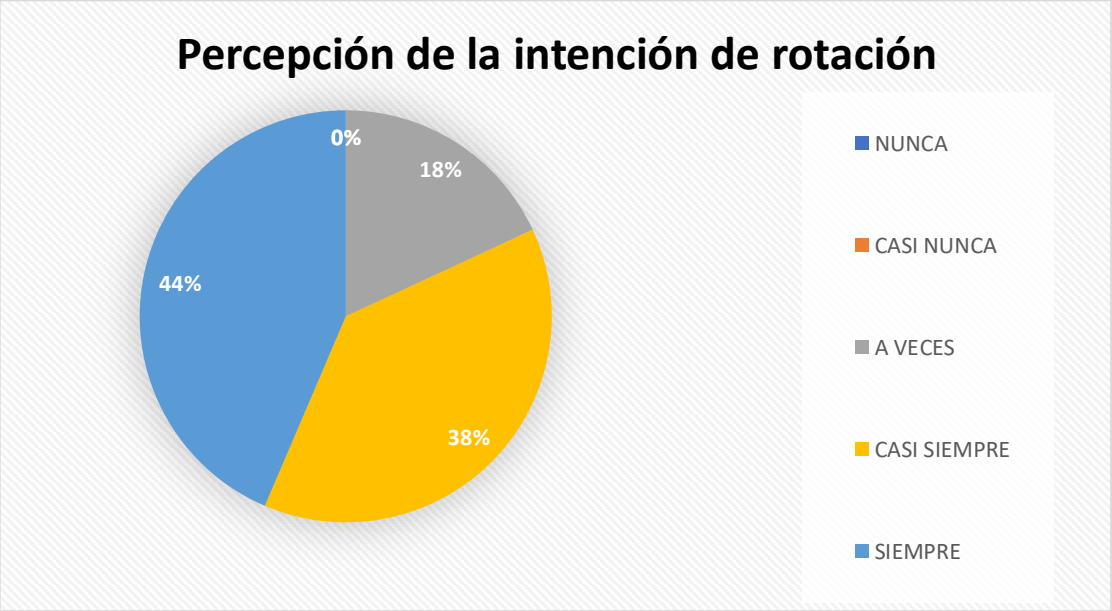

Figura 3. *Percepción de la intención de rotación*

El segundo objetivo específico consistió en "determinar la percepción de los colaboradores sobre su intención de rotación de la empresa Bandas Plast E.I.R.L.", donde habiendo procesado los resultados de la encuesta, se determinó que el 82% de los colaboradores del área de producción de la empresa Bandas Plast E.I.R.L., siempre y casi siempre tienen intención de cambiar de centro laboral, lo cual trae consecuencias negativas en la producción de la empresa.

4.1.3. Resultado del tercer objetivo específico

A fin de alcanzar el tercer y último objetivo de la investigación, “Determinar la influencia de la motivación extrínseca, intrínseca y trascendente en la rotación del personal del área de producción de Bandas Plast E.I.R.L.”, se han analizado de la siguiente manera los resultados:

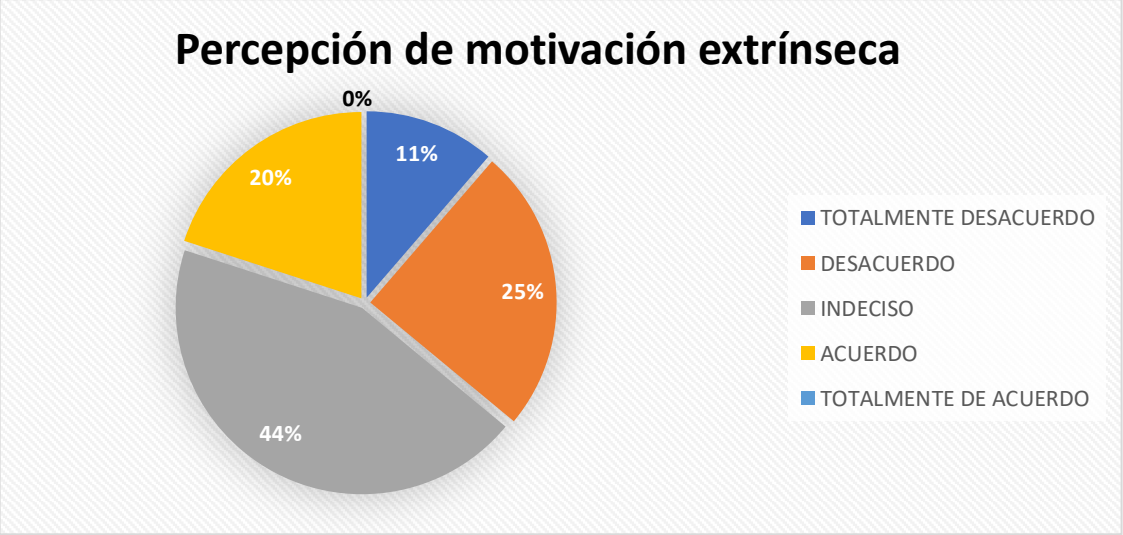

Figura 4. *Percepción de motivación extrínseca.*

La dimensión motivación extrínseca, se contempla como el conjunto de indemnizaciones, los sueldos, incentivos monetarios, bonos, tiempo flexible, vacaciones, formación, entre otros, siendo necesarias para que se consigan los cometidos de la organización (Bonner y Sprinkle, 2002). En el análisis se obtuvo que los colaboradores en un 44% están indecisos, seguido del 25% en desacuerdo referente a los incentivos de la empresa sobre sus colaboradores. Si se implementan estrategias de motivación extrínseca entonces se espera disminuir la brecha negativa de la dimensión.

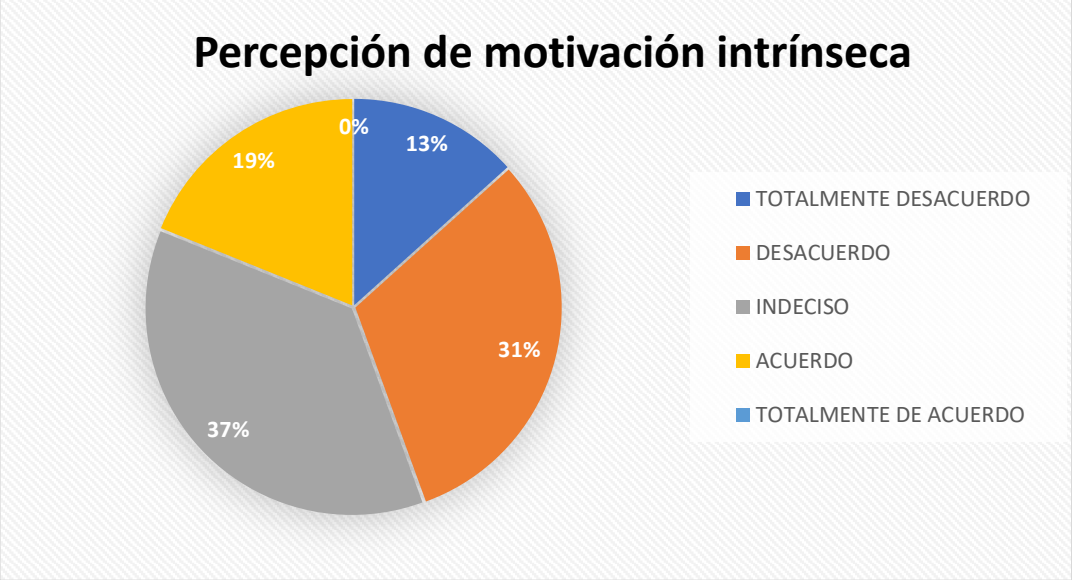

Figura 5. *Percepción de motivación intrínseca.*

En relación a la dimensión de motivación intrínseca, se determina que la mayoría de los encuestados en un 37% se muestran indecisos y el 31% en desacuerdo en que la empresa ofrece oportunidades de formación personal. La motivación intrínseca es el impulso que direcciona al individuo a efectuar una acción que comprende el agrado por realizar algo que goza realizar, simultáneamente, delimita el logro de aprendizaje y formación (García, 2004). Por lo tanto, si la empresa considera trabajar en las necesidades de sus colaboradores entonces la brecha negativa disminuirá.

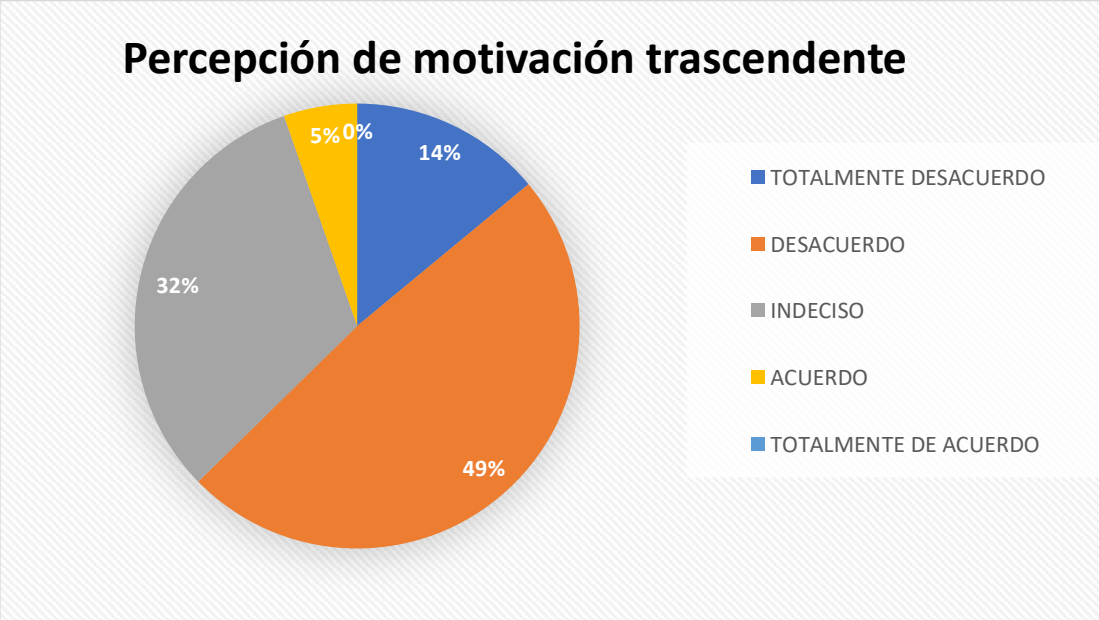

Figura 6. *Percepción de motivación trascendente.*

Por último, la Motivación Trascendente, indica que la conducta también procede de motivaciones eminentes, donde se busca el bienestar del prójimo independientemente de la consecuencia o beneficio que se reciba de esta acción, inclusive a pesar de los intereses de uno mismo (Pérez, 2002), denota un gran porcentaje en desacuerdo, reflejado en un 49%, seguido del 32% de indecisos, información que refleja que la empresa muestra poca empatía sobre sus colaboradores. Si Bandas Plast EIRL desarrolla estrategias de motivación trascendente entonces sus colaboradores estarán fidelizados en la empresa.

4.2. Correlación

Tabla 7. *Correlación entre variables*

	Estadísticos	Intención de Rotación
Motivación Extrínseca	Correlación de Pearson	,539**
	Sig. (bilateral)	0.002
Motivación Intrínseca	Correlación de Pearson	,430*
	Sig. (bilateral)	0.018
Motivación Trascendente	Correlación de Pearson	,610**
	Sig. (bilateral)	0.000
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).		
*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).		

Al poseer datos que, en su mayoría, poseen normalidades mayores a 0.05, la correlación elegida es la de Pearson. En todos los cruces entre las dimensiones, séase, Motivación Extrínseca, Motivación Intrínseca y Motivación Trascendente con Intención de Rotación, muestran correlación, evidenciándose en el hecho que sus sigmas con menores a 0.05. Además, las que poseen mayor intensidad son las de Motivación Extrínseca y Trascendente con Intención de rotación.

4.3. Influencia entre constructos

Teniendo a la variable Intención de rotación, como dependiente a la Motivación, se aplicó mediante el SPSS el modelo de regresión lineal para poder así comprobar la existencia de influencia. En tal sentido, y gracias al sigma menor a 0.05, se puede comprobar que las variables predictoras en su conjunto influyen sobre la variable dependiente

Tabla 8. *Influencia entre constructos*

Dimensión	Sigma
Motivación	0.000
Variable dependiente Intención de Rotación	

Teniendo claro que existe influencia, a continuación, se hablará en detalle acerca de cual subdimensión tiene influencia sobre la intención de rotación.

4.4. Influencia entre las dimensiones motivacionales sobre la intención de rotación

Tabla 9. *Influencia entre las dimensiones de la motivación laboral sobre la intención de rotación*

Dimensión	Sigma
Motivación Extrínseca	0.12
Motivación Intrínseca	0.57
Motivación Trascendente	0.02
Variable dependiente Intención de Rotación	

Las variables predictoras “Motivación Trascendente” en su conjunto influyen sobre la variable dependiente Intención de rotación, puesto a que es la única de las demás subdimensiones de motivación que tiene un sigma menor a 0.05.

4.5. Discusión

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la influencia de la motivación laboral en la rotación del personal del área de producción de Bandas Plast E.I.R.L, y los siguientes objetivos específicos, determinar el tipo de motivación que perciben los trabajadores, determinar el nivel de rotación del personal de la empresa Bandas Plast E.I.R.L y determinar la influencia de la motivación extrínseca, intrínseca y trascendente en la rotación del personal del área de producción de Bandas Plast E.I.R.L.
Los resultados apoyan la hipótesis principal, en el sentido de que la motivación laboral influye en la rotación del personal. Como se puede expresar en la figura Nº3 "Percepción de la intención de rotación", muestra datos que confirman que existe una percepción alta de intención por parte de los colaboradores de no seguir en la empresa, además en la figura Nº1 "Percepción de la motivación laboral", muestra la percepción de los colaboradores en cuanto a motivación, indicando sensaciones indecisas con cierto acercamiento a sentirse poco motivados. Del mismo modo en la investigación realizada por Flores, Abreu & Badii (2008), se determinó que la desmotivación del personal es causante de una alta rotación laboral y esto a su vez está influenciado por un conjunto de aspectos vinculados en muchos casos a una escasa gestión del talento humano.

Por parte de la Motivación, se denotan percepciones neutrales o indecisas respecto a cómo se sienten en la empresa, esto debido principalmente a que la Motivación Trascendente, o sea, aquella que incentiva a formar parte de algo, a involucrarse con la razón de ser de la empresa es la que más perjudicada resultó. La motivación establece un tipo de comportamiento adaptativo según la demanda presente en la organización, mucho se trata el tema de las recompensas monetarias o salariales, además de las que tratan la retribución y la seguridad laboral, sin embargo, se deja de lado aspectos que tienen que ver con promover el bienestar de otros independientemente de las consecuencias o beneficios de dicha acción, con el motivo de que se sientan identificados con la empresa y que gusten trabajar en ella (Navarro, Ceja, Curioso y Arrieta, 2014).
Al abordar la intención de rotación, se encontró un alto promedio de intención de que los colaboradores se retiren de la empresa, en vista de las situaciones planteadas respecto a la motivación trascendente. Uno de los componentes de la motivación trascendente, el Compromiso afectivo, o el deseo a establecer lazo emocional respecto a la organización, además del compromiso normativo, el hecho de forjar lealtad a la organización, son

factores influyentes en la intención de rotación por parte de los colaboradores (Bustamante, Fernández, Moscoso, Vera, 2016).

Existe influencia directa por parte de la motivación respecto a la intención de rotación, y siendo más específicos, mayor es la influencia de Motivación trascendente sobre la Intención de rotación, dicho de otra manera, cuando se afecten los componentes motivadores trascendentes en la organización, mayor será la intención de renunciar por parte de los colaboradores, tal y como se denota en la tabla "Influencia entre constructos" y la "Influencia entre subdimensiones motivacionales sobre la intención de rotación", tal y como se demuestra también en el trabajo realizado por Fernet, Trépanier, Demers, y & Austin (2017), en dicha investigación, se comprobó, además, que la motivación trascendente, o también denominada, la motivación de compromiso, es la que mayor incide en la intención de salir de la empresa. Así mismo, múltiples investigaciones denotan que, factores de la motivación trascendentes, tales como clima laboral, compromiso organizacional y afectividad influyen significativamente en la intención de rotación (Cainicela y Pazos, 2016; Bustamante, Fernández, Moscoso, Vera, 2016; Portillo, Morales, Ibarvo, 2016; Delgado, Lopez y Moreno, 2017).

V. Conclusiones

Luego de haber analizado la teoría y los resultados de la encuesta, se estableció que existe un alto índice negativo de influencia de la motivación laboral, la misma que conlleva a la rotación del personal. Este alto índice negativo se refiere a una brecha de 48% de trabajadores operativos que tienen percepción negativa de la motivación laboral en la empresa y que hasta el momento no se han tomado medidas para mejorar y disminuir la brecha. Se conoce que, cuando una empresa no establece un plan, programas o tan solo estrategias de trabajo e involucra a todos sus colaboradores, estos perciben apatía y falta de compromiso. La realidad del Área de Producción de Bandas Plast E.I.R.L., refleja que el trabajador siempre que encuentre una mejor oferta laboral o un espacio laboral que le haga sentir más cómodo, decidirá optar por ese cambio. Por lo tanto, se concluye que la rotación del personal continuará a menos que se tomen medidas radicales, tal como el diseño y ejecución de un plan estratégico para la empresa en todos sus departamentos. En relación con el mencionado plan estratégico, se concluye que existe una imperante necesidad de establecer el plan, y esto se logrará con la participación y dirección del investigador, elaborando un análisis FODA, consolidando las ideas de los colaboradores, incluyendo la visión y misión de la empresa, así como los indicadores y metas por departamento. Adicionalmente, se concluyó que se cumple la hipótesis general, que indicó la influencia de la motivación laboral sobre la rotación del personal del Área de Producción de Bandas Plast E.I.R.L.

Se determinó que el tipo de motivación que el personal percibe como aquella que tiene más influencia, es la motivación trascendente; con un 63% orientado a una percepción negativa. Al analizar estos resultados se identificó que los indicadores con más dominio son aquellos que hablan de los incentivos laborales, entorno propicio para la innovación de la empresa y personal, y por último y no menos importante, en conocimiento estratégico que la empresa comparte con el área operativa. Se estableció que los altos directivos de Bandas Plast E.I.R.L, no ven necesario involucrar a su personal operativo en temas estratégicos porque perciben que el trabajo de estos está limitado a la producción. Es imperante resaltar que esta problemática se presenta porque la empresa carece de un plan estratégico propiamente dicho, con objetivos, metas cuantitativas, visión, misión y demás. Hay

que ser críticos en este punto, porque ciertamente son aspectos que en un corto plazo podría corregirse y luego de ello se podrá verificar una sustancial disminución en la rotación del personal. Por lo tanto, los cambios a corto plazo deben venir desde la administración y gestión de la empresa, a fin de mostrar que las hipótesis se cumplen, esto obedece a que si aumenta la motivación hacia el personal, como resultado tendremos una disminución muy considerable de la rotación del personal. Qué herramientas deben utilizarse y cómo se hará en un trabajo a corto plazo, se presentará en una propuesta de plan estratégico (ver anexos).

Se determinó que la percepción de los colaboradores de la empresa Bandas Plast E.I.R.L es sumamente alto, con un 82% de intención por parte de los colaboradores de retirarse de la empresa. Es alarmante ver como una empresa manufacturera -donde la sostenibilidad de su personal debería ser uno de sus principales objetivos- muestra cierto grado de indiferencia ante semejante problema. Se identificó que los colaboradores no se hacen problemas al momento de decidir si es que deben continuar o cambiar de centro laboral; todo esto por no sentir que son parte importante en la estructura funcional de la empresa y que su participación es valorada y promovida. Ciertamente, revertir este problema puede ser tema de futuras investigaciones, sin embargo, es menester incidir en que la rotación del personal trae consigo pérdida innecesaria de recursos y diminución en la productividad de la empresa.

La información recaudada y analizada con las técnicas de estadística descriptiva y de regresión lineal, se concluyó lo siguiente: El análisis de regresión lineal expuesto en la tabla Nº9 “Influencia entre las dimensiones de la motivación laboral sobre la intención de rotación” permitió identificar que la motivación trascendente influye sobre la variable dependiente Intención de rotación, es decir si el personal de producción de la empresa Bandas Plast E.I.R.L percibe de forma negativa este tipo de motivación, tendrá mayor posibilidad de no permanecer laborando en la organización dentro de un corto periodo de tiempo.

VI. Recomendaciones

Luego de haber llegado a las conclusiones, la presente investigación se debe considerar como un nuevo antecedente para la comunidad científica y se anima a que el estudio planteado pueda continuarse. A continuación, se presentará algunas recomendaciones específicas:

La empresa debe desarrollar e implementar estrategias relacionadas a la retención de su personal a través de incentivos y reconocimientos, lo que contribuirá en que el personal se sienta más motivado por la empresa y se considere así mismo más crucial dentro de la organización.

La empresa debe invertir más recursos en la innovación de procesos y tecnologías, eso se traduce en mayores oportunidades para la empresa en mejorar la producción de sus productos, reducir tiempos de fabricación y fortalecer la imagen corporativa de la empresa, estando a la vanguardia de sus competidores. Asimismo, el personal de producción tendrá la oportunidad de actualizar sus conocimientos y perfeccionar sus competencias laborales.

La empresa debe mejorar su canal de comunicación entre directivos y personal operativo. Para ello es necesario convocar a una serie de reuniones y conversatorios mensuales, a fin de que todo el personal comparta el mismo ideal y manifieste sus expectativas de crecimiento y permanencia.

Finalmente, el departamento de recursos humanos debe implementar estrategias que posibilite la continuidad del personal, a fin de que se sostenga a través del tiempo. Estas estrategias deben estar diseñadas asegurando que el talento humano este bien reconocido, remunerado y que se les brinde oportunidades de desarrollo laboral.

VII. Referencias

Alvarado, S., Quero, Y. y Bolívar, M. (2016). Estilo gerencial y motivación laboral en las escuelas básicas del municipio miranda. Maracaibo, Venezuela. Recuperado de http://www.redalyc.org/pdf/782/78248283005.pdf

Anaya, A. (2015). Propuesta de un nuevo sistema de motivación para los trabajadores de las áreas de ventas, servicio técnico, administración y contabilidad de la empresa Nor Autos Chiclayo S.A.C. basado en la Teoría Antropológica de la Motivación de Juan Antonio Pérez López. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo, Perú. Recuperado de http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12423/681/TL_Anaya_Villoslada-AustragildaAurora.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Benedetti, A., Diefendorff, J., Gabriel, A. & Chandler, M. (2015). The effects of intrinsic and extrinsic sources of motivation on well-being depend on time of day: The moderating effects of workday accumulation. Journal of Vocational Behavior, 88, 38- 46. Recuperado de https://pdfs.semanticscholar.org/d810/d9897e1d6527f351abcab9aa44e5f95602f6.pdf

Bonner, S. & Sprinkle, G. (2002).The effects of monetary incentives on effort and task performance: Theories, evidence, and a framework for research. Accounting, Organizations and Society, 27(4/5), 303-345. Recuperado de https://www.marshall.usc.edu/sites/default/files/sbonner/intellcont/BonnerSprinkle2001 -1.pdf

Bothma, F. & Roodt, G. (2013). The Validation of the Turnover Intention Scale. SA Journal of Human Resource Management, 11(1), 1-12.

Bustamante, J., Fernández, M., Moscoso, Y. y Vera, J. (2016). Compromiso organizacional e intención de rotación laboral en el sector cementero de la

Región Arequipa. Perú. Recuperado de http://hdl.handle.net/20.500.12404/8312

Bustamante, C. (2018). Percepción de la intención de rotación de los colaboradores de una empresa que elabora productos de molinería-Lambayeque 2018 (Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú). Recuperada de: http://hdl.handle.net/20.500.12423/1742

Cainicela, F. y Pazos, P. (2016). La relación entre satisfacción laboral, compromiso organizacional e intención de rotación en profesionales de una empresa minera en el Perú.

Campos, J. (2018). Factores que intervienen en la Rotación de Personal en la Planta 4 - Empresa Agroindustrial Virú S.A, Virú 2017. Universidad César Vallejo, Trujillo: Perú. Recuperada de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23930/campos_sj.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR28Oho5sw11hkIBxYj2zYMSXQvDFtg4pTXtgYOnIDeMM9SzaGJRzYA3UAU

Chiavenato, I. (2002). Gestión del talento humano: el nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones. Bogotá: McGraw-Hill.

Chiavenato, I. (2011). Administración de recursos humanos: el capital humano de las organizaciones. México D.F.: McGraw-Hill.

Deci, E., & Ryan, R. (2000). The ‘what’ and ‘why’ of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. Psychological Inquiry, 11, 227-268. Recuperado de http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/S15327965PLI1104_01

Delgado, S., V. López y Moreno, L. (2017). Impacto del Clima Organizacional en la Rotación del Personal: Evidencia en Sector Desarrollo de Software.

Díaz, J., Díaz, M. y Morales, S. (2014). Motivación laboral en trabajadores de empresas formales de la ciudad de Bogotá. Revista Iberoamericana de Psicología. Bogotá, Colombia. Recuperado de https://revistas.iberoamericana.edu.co/index.php/ripsicologia/article/view/482/447

Fernández, C. (2020). Análisis de la relación entre el clima laboral y la intención de rotación de los trabajadores de una empresa industrial: Caso COESAC – Sede Los Olivos. Pontificia Universidad Católica Del Perú, Lima: Perú. Recuperada de: http://hdl.handle.net/20.500.12404/15975

Fernet, C., Trépanier, S., Demers, M. y Austin, S. (2017). Motivational pathways of occupational and organizational turnover intention among newly registered nurses in Canada. Recuperado de http://isiarticles.com/bundles/Article/pre/pdf/87194.pdf

Flores, R., Abreu, J., & Badii, M. (2008). Factores que originan la rotación de personal en las empresas mexicanas. Journal of Good Conscience. Daena: International. Recuperado de http://www.spentamexico.org/v3-n1/3(1)%2065-99.pdf

García, A. (2004). Una nueva teoría de motivación: El modelo antropológico de Juan Antonio Pérez López. Revista Puertorriqueña de Psicología, 15, 123-163. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4896080

Gómez-Betancourt, G., Betancourt Ramírez, J. B., & Cuervo, N. Z. (2012). Empresas familiares multigeneracionales. Revista Entramado, 8(2), 38-49. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=265425848003

Herrera, H., Ruiz, N. (2020). "Factores que determinan una alta rotación de personal en la empresa Comdata Group". Universidad Nacional de Piura, Perú. Recuperada de:

https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12676/2405/FCAD-HER-RUI-2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR1fPUubYqdysRsXkuBcpdKsbQvJ1shuis4pOnHvNDAWxxA9LcX3Cct90Ls

Herzberg, F. (2003). Una vez más ¿cómo motivar a sus empleados? Harvard Business Review. Hitt, A., Bierman, L., Shimizu, K. & Kochhar, R. (2001). Direct and Moderating Effects of Human Capital on Strategy and Performance in Professional Service Firms: A Resource-Based Perspective. The Academy Of Management Journal, (1), 13.

Ipsos Perú. (2014). Ante una alta rotación de colaboradores, aumente el valor de su propuesta. Recuperado de http://www.ipsos.pe/sites/default/files/articulos_punto_de_vista/ante_una_alta_rotacion _de_colaboradores_aumente_el_valor_de_su_propuesta.pdf

Martin, A. (2007). Employee Perceptions of Organisational Commitment, Job Satisfaction and Turnover Intentions in a Post-Merger Institution. Johannesburg: University of Johannesburg.

Martín Cruz, N., Martín Pérez, V., & Trevilla Cantero, C. (2009). Influencia de la motivación intrínseca y extrínseca sobre la transmisión de conocimiento. El caso de una organización sin fines de lucro. CIRIEC-España, Revista de economía pública, social y cooperativa, (66). Recuperado de http://ciriec-revistaeconomia.es/banco/6609_Martin_et_al.pdf

Mejía, A., Cortes, B., Valdez, P. (2017). Incidencia de la rotación del personal dentro de la empresa Soria S.A C.V Bodega Actopan. Recuperada de: https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/divulgare/article/download/3354/3328?inline=1&fbclid=IwAR28Oho5sw11hkIBxYj2zYMSXQvDFtg4pTXtgYOnIDeMM9SzaGJRzYA3UAU

Moreno, J., Lemus, J. (2017). ANÁLISIS DE LAS PRINCIPALES CAUSAS DE ROTACIÓN DE PERSONAL DE LA EMPRESA OILTRANS SAS DE LA

CIUDAD DE BOGOTÁ, D.C. UNIVERSIDAD SANTO TOMAS DE COLOMBIA. Recuperada de: https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/9372/MorenoJulian2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Moscol, V. (2019). Gestión de recursos humanos y su influencia en la rotación del personal operario de la empresa Factoría Industrial S.A.C. – Trujillo 2018. Recuperada de: https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/14722/moscollopez_vasti.pdf?sequence=3&isAllowed=y&fbclid=IwAR3ERZjmkIkGLCebqjhTmzdHz9j0Wc7A1SdtM_95l3I50vmgDzmcDWMpyNI

Navarro, Ceja, Curioso y Arrieta (2014). Cómo motivar y motivarse en tiempos de crisis. Recuperado de http://www.papelesdelpsicologo.es/pdf/2319.pdf

Osterloh, M. & Frey, B. (2000). Motivation, Knowledge Transfer, and Organizational Forms. Organization Science. 11 (5), 538-550.

Peña, C. (2015). La motivación laboral como herramienta de gestión en las organizaciones empresariales. Madrid, España. Recuperado de https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/4152/1/TFG001138.pdf

Pérez, J. (1997). Liderazgo. Barcelona: Ediciones Folio.

Pérez, J. A. (2002) Fundamentos de la dirección de empresas (5ª ed.). Madrid: Ediciones Rialp.

Pottillo, M., Morales, A. e Ivarbo, V. (2016). Clima laboral y su relación con la rotación del personal operativo de una empresa maquiladora en la ciudad de Chihuahua. México. Recuperado de http://ru.iiec.unam.mx/3429/1/195-Portillo-Morales-Ibarvo.pdf

Revee, J. (1994). Motivación y emoción. Madrid: Mc Grand-Hill. pp 2-235.

Ribes, A. (2001) Modelo antropológico para humanizar las organizaciones. Papeles de Ética, Economía y Dirección, 6 (4).

Rivera, N. (2019). Relación entre motivación laboral y retención de empleados del área de operaciones de una empresa aseguradora de lima 2018. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima: Perú. Recuperada de: http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9072/1/2019_Rivera-Flores.pdf

Rodriguez, J., Ortiz, J., Vera, G., Soto, J. y Delgado, J. (2016). Satisfacción y rotación laboral en personal de empresas mineras de Arequipa y Cusco. Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/8638

Slater, S.F. & Narver, J.C. (1995): Market orientation and the learning organization, Journal of Marketing, 59(3), pp. 63-74. Recuperado de https://www.jstor.org/stable/1252120?seq=1#page_scan_tab_contents

Ulrich, D. (2007). Human Resource Competencies: Responding To Increased Expectations. Recuperado de https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/57368/20159?sequence=1

Vejarano, Á. A. (2017). El lado inhumano de las organizaciones. Revista Policía y Seguridad Pública, 7(2), 401-406. Recuperado de https://www.lamjol.info/index.php/RPSP/article/view/5485/5153

Zavala, O. (2014). Motivación y satisfacción laboral en el centro de servicios compartidos de una empresa embotelladora de bebidas. México D.F. Recuperado de http://148.204.210.201/tesis/1392852540281TesisMAOmarA.pdf

VIII. Anexo.

Cuestionario de Motivación Laboral

La siguiente sección presenta una serie de puntos de vista relacionados con nuestro trabajo y nuestras actividades. Agradecemos su respuesta, marcando con un asterisco la frase que cree que mejor expresa su punto de vista. Todas las respuestas son opiniones, por lo tanto, ni una es buena ni otra es mala.

TOTAL ACUERDO	TA
DE ACUERDO	A
INDECISO	I
EN DESACUERDO	D
TOTAL DESACUERDO	TD

		TA	A	I	D	TD
	Motivación Extrínseca					
1	Recibo algún incentivo por parte de la empresa (comisión, felicitación, reconocimiento), cuando hago bien mi trabajo.					
2	Considero que mi remuneración salarial justifica mi trabajo en la empresa.					
3	Cuento con los beneficios económicos básicos de un colaborador según ley.					
4	La compensación familiar que recibo va en concordancia con mis necesidades.					
5	Estoy afiliado al Seguro Social como parte de mis prestaciones en el trabajo.					
	Motivación Intrínseca					
6	Mi trabajo me permite tener retos que me hagan crecer como profesional.					
7	Siento que mis superiores tienen confianza en mí para delegarme actividades importantes.					
8	Busco desarrollar nuevos procesos y técnicas en mi zona de trabajo que me ayuden a ser más productivo.					
9	Recibo capacitación constantemente para mejorar mi desempeño.					
10	La empresa donde laboro está en constante innovación tanto en procesos como tecnológica.					
11	Procuro adquirir nuevos conocimientos a fin de actualizar mi formación laboral.					
	Motivación Trascendente					
12	Siento que mi contribución en la empresa se basa en criterios de liderazgo.					
13	Procuro dejar una buena imagen para mejorar mi prestigio profesional.					
14	El esfuerzo que realizo en mi trabajo es equitativo y acorde con las retribuciones que recibo.					
15	Mi empleador comparte con sus colaboradores la visión y misión de la empresa.					
16	Me gusta colaborar para que mis compañeros logren alcanzar sus metas.					

Cuestionario de Intención de Rotación Laboral de Roodt

Por favor, le agradecemos que responda marcando con un aspa el recuadro que considere exprese mejor su punto de vista. No hay respuesta buena ni mala, ya que todas son opiniones.

		1	2	3	4	5	
1. ¿Con que frecuencia considera retirarse de su actual trabajo?	Nunca						La mayoría del tiempo
2. ¿Con que frecuencia echa un vistazo a los periódicos para buscar trabajo?	Nunca						La mayoría del tiempo
3. ¿Hasta qué punto su trabajo actual no se enfoca en sus necesidades actuales?	Ninguna						Máximo
4. ¿Con que frecuencia las oportunidades para alcanzar sus objetivos más importantes en el trabajo se ven amenazadas?	Nunca						En gran medida
5. ¿Con que frecuencia se comprometen sus valores personales con el trabajo?	Nunca						Siempre
6. ¿Con que frecuencia sueña con un trabajo diferente que satisfaga sus necesidades personales?	Nunca						Siempre
7. ¿Con que frecuencia espera con ansias su siguiente día de trabajo?	Baja						Alta
8. ¿Cuál es la probabilidad de que se retire de su trabajo si encuentra otra oferta adecuada?	Siempre						Nunca
9. ¿Con que frecuencia piensa en emprender su negocio propio?	Nunca						La mayoría del tiempo
10. ¿Con que frecuencia únicamente sus responsabilidades familiares lo detienen a renunciar?	Nunca						Siempre
11. ¿Con que frecuencia sus intereses personales (fondo de pensión, fondo de desempleo), le impide renunciar?	Nunca						Siempre
12. ¿Con que frecuencia se inquieta emocionalmente cuando llega a su casa después del trabajo?	Nunca						Siempre
13. ¿Con que frecuencia su trabajo actual afecta a su bienestar personal?	Nunca						Siempre
14. ¿Con que frecuencia los problemas relacionados a la reubicación le impiden renunciar?	Nunca						Siempre

Validación de instrumentos por juicio de expertos

USAT
Universidad Católica
Santo Toribio de Mogrovejo

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, Mgtr. Cesar Luis Olivos Villasis, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciado en Administración de Empresas**, titulado **"EL EFECTO DE LA MOTIVACIÓN LABORAL EN LA ROTACIÓN DEL PERSONAL DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN DE BANDAS PLAST E.I.R.L"**, elaborado por el Bach. **PABLO FABRIZIO CORTEZ DIAZ**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo,16 de noviembre de 2016.

FIRMA

Dr./ Mg./Lic. Nombre:

Cargo Actual: Coordinador General Incubadora de Negocios Impulsat

USAT
Universidad Católica
Santo Toribio de Mogrovejo

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, Cesar Chumán Cabezas, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciado en Administración de Empresas**, titulado **"EL EFECTO DE LA MOTIVACIÓN LABORAL EN LA ROTACIÓN DEL PERSONAL DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN DE BANDAS PLAST E.I.R.L"**, elaborado por el Bach. **PABLO FABRIZIO CORTEZ DIAZ**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo,16 de noviembre de 2016.

FIRMA

Dr./ Mg./Lic. Nombre:

Cargo Actual: Magister Derecho

Carta de aceptación

ABRAHAM
BANDAS TRANSPORTADORAS MODULARES

Chiclayo, 11 de Julio de 2018

Señores:
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo

Presente:
Atención: Lic. Valeria Tamara Llontop Hernández.

Me es grato saludarla destacando su labor académico-profesional.

Por medio de la presente, damos constancia que el Sr. Pablo Fabrizio Cortez Diaz, con DNI Nro. 71029341, está desarrollando -de manera favorable- en nuestra empresa, un trabajo de investigación titulada: ***"EL EFECTO DE LA MOTIVACIÓN LABORAL EN LA ROTACIÓN DEL PERSONAL DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN DE BANDAS PLAST E.I.R.L".***

Este documento es emitido para los fines académicos requeridos, dentro de un periodo de 18 meses consecutivos, habiendo iniciado en el mes de abril de 2018.

Habiendo manifestado el fin de la presente carta, me despido.

Atentamente,

James Franklin Cabrera Samamé
Administrador Bandas Plast E.I.R.L.

Empresa: Bandas Plast E.I.R.L
Dirección: Mz. 27 Lote 4 – Chosica del Norte, La Victoria, Chiclayo, Lambayeque.
Teléfonos: +51 74 475663/+51 994181560/+51 998253524
E-Mail: ventas@abraham.pe

Evidencias de recolección de datos

Fiabilidad piloto

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.826	14

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
IR1	41.75	94.724	0.785	0.789
IR2	41.75	108.724	0.304	0.826
IR3	41.35	102.766	0.500	0.812
IR4	41.85	95.397	0.728	0.793
IR5	41.00	114.000	0.169	0.833
IR6	41.00	114.421	0.221	0.828
IR7	40.65	124.345	-0.208	0.849
IR8	41.20	118.589	0.001	0.844
IR9	40.95	113.524	0.187	0.832
IR10	41.25	95.987	0.738	0.793
IR11	41.75	97.461	0.665	0.799
IR12	41.70	100.958	0.639	0.802
IR13	42.05	95.524	0.751	0.792
IR14	41.55	97.208	0.751	0.793

Estadísticas de fiabilidad - Extrínseca	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.701	5

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
E1	12.05	17.839	0.062	0.780
E2	12.35	12.239	0.581	0.596
E3	12.45	10.682	0.787	0.493
E4	12.55	11.839	0.756	0.529
E5	12.80	14.905	0.221	0.759

Estadísticas de fiabilidad - Intrinseca	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.734	6

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
I1	20.40	8.463	0.236	0.750
I2	20.45	6.787	0.688	0.644
I3	20.40	7.411	0.575	0.679
I4	21.35	5.713	0.563	0.673
I5	21.00	6.211	0.401	0.743
I6	20.40	7.726	0.595	0.685

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.824	5

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
T1	15.95	8.471	0.728	0.770
T2	15.60	7.095	0.777	0.739
T3	16.45	8.997	0.342	0.873
T4	16.00	7.158	0.737	0.752
T5	15.40	8.463	0.600	0.795

Fiabilidad masiva

Estadísticas de	
Cronbach	elementos
0.677	14

Estadísticas de total de elemento				
	escala si el	escala si el	total de	Cronbach si
IR1	54.53	18.464	0.006	0.697
IR2	54.03	17.620	0.176	0.675
IR3	54.23	19.909	-0.232	0.728
IR4	53.93	16.133	0.492	0.637
IR5	55.30	15.872	0.428	0.641
IR6	54.37	13.275	0.756	0.574
IR7	54.53	15.430	0.531	0.626
IR8	54.20	17.131	0.388	0.654
IR9	54.13	19.706	-0.200	0.726
IR10	54.57	15.771	0.408	0.643
IR11	54.33	16.161	0.351	0.652
IR12	54.43	14.599	0.548	0.617
IR13	54.87	17.637	0.138	0.682
IR14	53.90	16.645	0.529	0.641

Estadísticas de	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.652	5

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
E1	12.17	5.730	0.038	0.751
E2	12.47	3.982	0.568	0.517
E3	12.13	3.775	0.535	0.529
E4	12.43	3.702	0.705	0.445
E5	12.27	5.237	0.255	0.660

Estadísticas de	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.825	6

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
I1	17.43	11.771	0.342	0.844
I2	17.07	9.375	0.738	0.764
I3	17.10	8.852	0.869	0.733
I4	17.17	9.316	0.790	0.754
I5	16.73	9.375	0.606	0.798
I6	16.17	12.971	0.229	0.854

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.664	5

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
T1	15.37	3.413	0.320	0.669
T2	14.47	3.016	0.678	0.489
T3	15.23	3.771	0.266	0.682
T4	14.60	2.800	0.636	0.494
T5	14.60	4.386	0.263	0.672

Normalidad

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
IR1	0.129	30	,200*	0.968	30	0.494
E1	0.165	30	0.036	0.923	30	0.032
I1	0.107	30	,200*	0.969	30	0.522
T1	0.167	30	0.033	0.953	30	0.206
*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.						
a. Corrección de significación de Lilliefors						

Correlación

Correlaciones		
		Intención de Rotación
Motivación Extrínseca	Correlación de Pearson	,539**
	Sig. (bilateral)	0.002
Motivación Intrínseca	Correlación de Pearson	,430*
	Sig. (bilateral)	0.018
Motivación Trascendente	Correlación de Pearson	,610**
	Sig. (bilateral)	0.000
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).		
*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).		

Regresión Lineal General

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,589[a]	0.347	0.324	0.251282711544072
a. Predictores: (Constante), M				

ANOVA[a]						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	0.972	1	0.972	15.390	,000[b]
	Residuo	1.831	29	0.063		
	Total	2.803	30			
a. Variable dependiente: IR						
b. Predictores: (Constante), M						

Coeficientes[a]						
		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
Modelo		B	Desv. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constante)	2.843	0.345		8.246	0.000
	M	0.395	0.101	0.589	3.923	0.000
a. Variable dependiente: IR						

Regresión lineal subdimensional

Variables entradas/eliminadas[a]			
Modelo	Variables entradas	Variables eliminadas	Método
1	T1, E1, I1[b]		Introducir
a. Variable dependiente: IR1			
b. Todas las variables solicitadas introducidas.			

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,658[a]	0.432	0.367	0.247366189
a. Predictores: (Constante), T1, E1, I1				

ANOVA[a]						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	1.212	3	0.404	6.602	,002[b]
	Residuo	1.591	26	0.061		
	Total	2.803	29			
a. Variable dependiente: IR1						
b. Predictores: (Constante), T1, E1, I1						

Coeficientes[a]						
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Desv. Error	Beta		
1	(Constante)	2.474	0.393		6.304	0.000
	E1	0.213	0.131	0.348	1.626	0.116
	I1	-0.065	0.112	-0.132	-0.579	0.568
	T1	0.343	0.137	0.495	2.503	0.019
a. Variable dependiente: IR1						

1. PLAN ESTRATEGICO COMERCIAL

GERENTE: JAMES CABRERA SAMAMÉ

Chiclayo – Chosica del Norte, noviembre 2021

2. Plan Estratégico

2.1 Objetivo del Plan Estratégico

Determinar las estrategias que permitan competir con éxito en el mercado nacional, fortaleciendo el posicionamiento comercial, contando con las vías y alternativas claras como correctas a través de propuestas y proyectos para el desarrollo y crecimiento.

2.2 Cultura corporativa, Visión, Misión y Valores

2.2.1 Cultura organizativa. -

Tenemos una sólida comprensión de la cultura corporativa, que se refiere a las formas en que las personas piensan, sienten y actuar dentro de un marco organizativo.

El hecho de que lo único que los líderes deben hacer es crear y administrar la cultura organizacional, así como Influir positivamente significa que tiene un impacto significativo en cómo se comportan los empleados de la empresa y de la organización.

Cada negocio tiene su propia historia, canales de comunicación, procedimientos operativos, sistemas, mitos y creencias.

La empresa se gestionará utilizando recursos humanos de manera dinámica, adaptable y vertical.

La cultura es un intangible que influye decididamente en el comportamiento de los empleados.

Somos capaces de ajustarnos de manera rápida, efectiva y de varias maneras a los cambios provocados tanto por internos como externos. circunstancias ya que nuestra estructura es sencilla y no demasiado complicada, lo que nos convierte en uno de las ventajas competitivas clave en PYMES.

2.2.3 Misión, visión, valores

Una empresa que se gestiona estratégicamente es aquella que tiene una comprensión clara de lo que quiere ser en el mundo. a largo plazo , así como el papel o roles que debe desempeñar.

Las metas que el negocio establece para su desarrollo se denominan objetivos. Deben ser razonables, tener una fecha límite para su finalización y ser consistentes con la misión y visión del negocio.

Una estrategia es una forma de lograr un objetivo. Los productos y mercados que la compañía perseguirá para cumplir con su misión y objetivos corporativos son: determinado por su estrategia corporativa.

Las políticas establecen las pautas que deben seguirse al administrar las operaciones de una organización.

Misión

Satisfacer las necesidades de las empresas pertenecientes al sector industrial alimentario y a nuestros clientes seguir dándoles un trato personalizado, y aplicando nuestras estrategias de diferenciación, beneficiando tanto a nuestros clientes, potenciales clientes, así como a la imagen de la empresa en el mercado. Ofreciendo calidad, responsabilidad y compromiso, a través de nuestra línea de productos e incrementar nuestra cartera de clientes.

Misión

Pretendemos estar a la vanguardia de la industria de productor termoplásticos y accesorios, empleados en la industria de alimentos para el consumo humano; enfocados a la mejora continua de procesos, sistemas y productos.

Valores

Nuestros valores culturales que representan a nuestros productos son una mezcla de creencia, sabiduría, e innovación, tratando de estar acorde con las necesidades del mercado, resaltando:

- Confianza
- Innovación
- Responsabilidad
- Trabajo en equipo
- Transparencia

MATRIZ FODA:

La matriz FODA, instrumento de análisis que sirve para realizar un análisis interno y externo, de la situación de la empresa.

Un plan de negocios es uno de los primeros pasos en la formulación de estrategias.

	FORTALEZAS-F	DEBILIDADES-D
	BUENA INFRAESTRUCTURA	DEFICIENTES PROCESOS DE PRODUCCION DE ARMADO Y MECANICA
	BUENA RELACION Y MANEJO DE LA CARTERA DE CLIENTES DE LA ZONA NORTE	NO CUENTA CON TECNOLOGIA DE PUNTA EN EL AREA DE INYECCION
	POSICIONAMIENTO DE LA MARCA A NIVEL NACIONAL	BAJA COMPETITIVIDAD EN CALIDAD Y PRECIO EN ALGUNAS LINEAS DE PRODUCTOS
	PERSONAL CON RELATIVA EXPERIENCIA Y SOPORTE	FLATA DE UN PLAN DE MARKETING
	CAPACIDAD FINANCIERA ACEPTABLE	FALTA DE CAPACITACION EN TODAS LAS AREAS
	PEQUEÑA EMPRESA FLEXIBLE QUE SE ADAPTA AL CAMBIO	AUSENCIA DEL AREA DE RECURSOS HUMANOS
		REGIMEN CONTABLE Y TRIBUTARIO EN REGULARIZACION
OPORTUNIDADES-O	**USAR LAS FUERZAS PARA APROVECHAR OPORTUNIDADES**	**SUPERAR LAS DEBILIDADES APROVECHANDO LAS OPORTUNIDADES**
CRECIMIENTO SOSTENIBLE DEL MERCADO DE LA AGROINDUSTRIA EN EL PERÚ.	1.- Teniendo el prestigio de la marca, y el crecimiento del mercado de la agroindustria, es posible expandirse consolidando un buen plan comercial y marketing.	1.- Invertir en matricería, va a reducir los tiempos en los procesos de acabados y optimizar los tiempos de entrega y mejorar la tasa de cumplimiento con los clientes. 2.-Adquirir por lo menos dos inyectoras modernas para el área de inyección
INCORPORACIÓN DE NUEVAS LÍNEAS DE PRODUCTOS PARA PRODUCTOS NUEVOS COMO EL ARÁNDANO.	2.- Consolidar un plan relacional para reingresar a las empresas de la zona centro y recuperar clientes y generar negocios con potenciales clientes. 3.- Invertir e una unidad propia para el área comercial donde Facilite su desempeño en los viajes que realiza.	2.- Contar con el área de RRHH, con capacidad de implementar adecuadas laborales de acuerdo al desempeño, motive un clima laboral y evalué el desempeño del personal. 3.- Capacitación a todas las áreas técnicas de producción que ayuden a la productividad del personal. 4.- Potenciar el área de control de calidad

REINGRESO A LOS MERCADOS DE LAS ZONAS CENTRO Y SUR DEL PAÍS.		
AMENAZAS-A	**USAR LAS FUERZAS PARA REDUCIR LAS AMENAZAS**	**REDUCIR LAS DEBILIDADES Y EVITAR LAS AMENAZAS**
INFORMALIDAD LABORAL Y TRIBUTARIA	1.- Establecer un marketing relacional con proveedores y competidores a establecer oportunidades de negocio. 2.- Cumplir con el plan de inversiones en matricería nueva para mejorar nuestra situación competitiva respecto a los proveedores, 3.-Invertir en tecnología de información, inteligencia comercial y buen manejo de precios a fin de aprovechar las oportunidades del mercado.	1.- Elaborar y culminar el plan estratégico 2021-2025 con un plan de inversiones. 2.- Implementar un programa de gestión de costo y fijación de precios a fin de contar Con un manual de precios más estandarizado y con costos reales. 3.- Decisión de formalizar la empresa para dar solidez, credibilidad y confiabilidad de nuestros clientes para contratar un sub contador que pueda ya desarrollar este proyecto. 4.-Tercerizar productos extranjeros de buena calidad, que complemente con productos que no tenemos o no somos competitivos.
INCENTIDUMBRE SOCIAL Y ECONOMICO POR GOBIERNO ACTUAL		
INCREMENTO DE COMPETIDORES NACIONALES Y EXTRANJEROS.		
INGRESOS DE PRODCUTOS CHINOS A MUY BAJOS PRECIOS		
GLABALIZACION MUY ACELERADA		

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Las estrategias que abordaría serían:

- Desarrollo de mercado.
- Penetración del mercado.
- Desarrollo del producto.
- Integración horizontal.
- Desinversión.
- Liquidación.

Resumen de las estrategias formuladas.

Luego de analizar los factores internos y externos de la empresa mediante las matrices realizadas, determinaron estrategias, las cuales serán materia de evaluación y selección.

Resumen de las estrategias planteadas:

FODA	IE	PEYEA	BCG	MGE
EXPANSIÓN DE LA MARCA	PLAN DE INVERSIÓN SELECTIVA	LIDERAZGO DE COSTOS	PENETRACIÓN DE MERCADOS	PENETRACIÓN DE MERCADOS
DESARROLLO DE PLAN COMERCIAL		DESARROLLO DE PRODUCTOS	DESARROLLO DE MERCADOS	DESARROLLO DE MERCADOS
REINGRESO A LOS MERCADOS DE CENTRO Y SUR	OBTENECIÓN DE BENEFICIOS A TRAVÉS DE LA INVERSIÓN.	DESARROLLO DE MERCADOS	DESARROLLO DE PRODUCTOS	DESARROLLO DE PRODUCTOS
CREACIÓN DE NUEVAS LINEAS DE PRODUCTOS		DIVERSIFICACIÓN CONCENTRICA		INTEGRACIÓN HORIZONTAL
CONTRATACIÓN DE INGENIERO DE PLANTA PERMANENTE				DESINVERSIÓN
MANTENER EN EL TIEMPO UNA RAZÓN SOCIAL PERMANENTE				LIQUIDACIÓN

Se han planteado diversas estrategias accesibles para la resolución de las situaciones adversas. Sin embargo, no sólo basta con elaborarlas, debido a que el entorno de los negocios es cambiante, por eso es esencial definir qué estrategias serán evaluadas y posteriormente aplicables.

ESTRATEGIAS	CONGRUENCIA	CONSONANCIA	VIABILIDAD	VENTAJA
EXPANSIÓN DE LA MARCA	SI	SI	SI	SI
DESARROLLO DE PLAN COMERCIAL	SI	SI	SI	SI
REINGRESO A LOS MERCADOS DE CENTRO Y SUR	SI	SI	SI	SI
CREACIÓN DE NUEVAS LINEAS DE PRODUCTOS	SI	SI	SI	SI
CONTRATACIÓN DE INGENIERO DE PLANTA PERMANENTE	SI	SI	SI	SI
MANTENER EN EL TIEMPO UNA RAZÓN SOCIAL PERMANENTE	SI	SI	SI	SI
LIDERAZGO DE COSTOS	SI	SI	SI	SI
DESARROLLO DE PRODUCTOS	SI	SI	SI	SI
DESARROLLO DE MERCADOS	SI	SI	SI	SI
DIVERSIFICACIÓN CONCENTRICA	SI	SI	SI	SI
PENETRACIÓN DE MERCADOS	SI	SI	SI	SI
INTEGRACIÓN HORIZONTAL	SI	SI	SI	SI
DESINVERSIÓN	SI	SI	SI	SI
LIQUIDACIÓN	NO	NO	NO	NO
PLAN DE INVERSIÓN SELECTIVA	SI	SI	SI	SI
OBTENECIÓN DE BENEFICIOS A TRAVÉS DE LA INVERSIÓN.	SI	SI	SI	SI

Del cuadro de criterio de selección de estrategias, la de liquidación es la que no cumple con los requisitos debido a que no es viable dentro de lo que el plan estratégico busca con Industrias Abraham.

2.4 Planteamiento de estrategias, según los análisis expuestos.

2.4.1 OBJETIVOS.

Después de realizar los objetivos internos y externos, se definirán los objetivos del segmento de marketing del plan comercial.

El principal objetivo de la empresa, sería la de sobrevivir e invertir en tangibles que le generen rentabilidad a la empresa a través del tiempo y no invertir erróneamente, lo cual cause gastos innecesarios y pérdida.

Para poder definir bien los objetivos, estos deben **S.M.A.R.T.**:

- **Specific / Específico:** Que la audiencia, la variable y la cantidad de cambio están claramente identificados.
- **Measurable / Medible:** Que se puede identificar un método para medirlo.
- **Attainable / Alcanzable:** Que se pueda lograr con los recursos o capacidades disponibles o puestos a disposición.
- **Revelant / Realista / Relevante:** Que es posible obtener el nivel de cambio reflejado en el objetivo.
- **Timely / Acotado en el tiempo:** Que se ha establecido un periodo de tiempo en el que se debe completar.

OBETIVOS CUANTITATIVOS

- ✓ Lograr un aumento de las ventas en un 10% en el primer año y 5% en los próximos 4 años.
- ✓ Mejorar la productividad de la planta mediante inversión en matricería y mejora de procesos y sistemas en un 12%.
- ✓ Mantener liquidez para capital de trabajo (PE), por lo menos para 4 meses de operaciones.

OBETIVOS CUALITATIVOS

- ✓ Fidelizar a los clientes actuales de la zona norte, estableciendo un buen marketing relacional.
- ✓ Ampliar la cartera de clientes a nivel nacional, pretendiendo captar un 10% de nuevos clientes.
- ✓ Posesionar la marca de la empresa y su presencia a nivel nacional, mediante la página web y el uso de aplicaciones en las redes sociales.
- ✓ Mejorar el clima laboral, pretendiendo mejor su satisfacción de regular a satisfecho.

2.5 MARKETING MIX

Para poder aplicar tanto la estrategia seleccionada, como los objetivos planteados, será necesario que se aplique un mix de marketing.

2.5.1 Estrategias de producto

- Ofrecer distintas propuestas a los clientes: Presentar distintas ofertas a los nuevos clientes, tanto con productos existentes, así como con productos nuevos, con tal de diversificar la oferta y la marca.

- Innovación y formación: De acuerdo a lo planteado, es necesario innovar y mejorar los procesos, mejorar la calidad de los productos para poder ser más competitivos. Además, es importante que los trabajadores tengan capacitaciones constantes para mejora de su desempeño y desarrollo de un mejor clima laboral.

2.5.2 Estrategias de Precio

- Precios basados en el coste total por órdenes de producción, garantizando el margen de rentabilidad deseado .- Al trabajarse con órdenes de producción, se debe implementar un sistema muy fiable de costos reales , y teniendo en cuenta el historial del mercado .

Actualmente se determina el costo de cada orden de producción, este cálculo es manual mediante uso de hojas de cálculo. La meta para el año 2021 se pueda tener un costo automático mediante la creación de software de costos y así tener una ventaja competitiva muy importante para la empresa en la fijación de precios.

2.5.3 Estrategias de Plaza

Visitas y participaciones a ferias del rubro: Para el año 2020, se ha planteado participar en la feria expoalimentaria que se realizará en Lima, en el mes de septiembre.

Además de las ferias como la expoplast, la feria seafood, etc, se tendrán en cuenta para asistir como visitantes.

Incrementar la frecuencia de venta directa a través de los viajes, para la captación de nuevos clientes, así como el reingreso

Mantener los canales indirectos que son con los intermediarios (metalmecánicos), pero con un margen de utilidad positivo para la empresa.

2.5.4 Estrategias de Promoción

Promoción de la marca en el mercado: Se implementará un sistema de publicidad que será

A través del fan page y la página web, intentar canalizar potenciales clientes – ventas.

Con catálogos físicos, digitales, y fichas técnicas digitales, a fin de incrementar la presencia comercial de la marca y el producto.

	2020												2021												2022											
ACCIONES	EN	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	EN	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	EN	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Mejora de calidad de los productos para la mejoría de ventas.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X												
Contratación de un ingeniero de planta para que ponga orden.	X																																			
Presentación de hasta 1 nuevo producto por año.												X												X												X
Presentación de planificación de trabajo ventas 2020 - viajes.	X												X												X											
Plan de capacitaciones al personal fijo.			X				X					X			X				X					X			X				X					X
Mejora del sistema Abraham.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X												
Actualización de excel de registro de productos.	X	X	X	X	X	X																														
Seguimiento del plan comercial.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X																								
Proponer plan de acciones por área.	X	X	X																																	
Sistema de Costos (Excel - Software).	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X																										
Aumentar paulatinamente los precios de venta.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X																								
Planificación de participación en Expoalimentaria 2020.	X	X	X	X	X	X	X																													
Búsqueda de ferias y eventos del rubro.	X	X	X																																	
Actualización del material publicitario.						X	X																													
Ingreso agresivo al mercado con material publicitario.	X	X	X	X	X	X																														
Evaluación de impacto del material grafico nuevo.						X																														
Actualización y seguimiento constante del fan page.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Seguimiento al funcionamiento de la página web.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X