



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Empowerment y la motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos
S.A. Sullana, Piura, 2019.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Br. Maldonado Olaya, Keila Jasminda (ORCID: 0000-0002-7113-0676)

ASESOR:

Dr. Castillo Palacios, Freddy William (ORCID: 0000-0001-5815-6559)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de organizaciones

PIURA- PERÚ

2020

Dedicatoria

Dedicado a Dios y a la Virgen María quienes inspiraron mi espíritu para poder efectuar la investigación de este proyecto, a mis padres, a mi hija, hermanos y amigos que día a día me brindan su apoyo para poder salir adelante y lograr cada obstáculo que surge en nuestro camino. A ellos les agradezco y por tal razón a ellos realizo esta dedicatoria.

Agradecimiento

En estas líneas deseo agradecer a las personas que estuvieron conmigo en los momentos más difíciles, alegres y momentos cuando sentía dificultad para seguir luchando; estas palabras son para ustedes que hicieron que esta investigación sea posible, en primer lugar a Dios, a la Virgen María, a mis padres, a mi hija, al docente asesor metodológico y amistades los cuales me han brindado su apoyo y motivación incondicional para desarrollar este trabajo con mucha productividad y llegar hasta el día de hoy cumpliendo cada objetivo que se me presenta. Gracias por brindarme la libertad de poder desenvolverme como ser humano y de poder llegar hasta este día y presentar mi investigación culminada a cabalidad.

Página del jurado

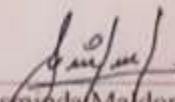
Declaratoria de autenticidad

Yo, Keila Jasminda Maldonado Olaya, identificada con DNI 75461418, con el propósito de cumplir las disposiciones vigentes establecidas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, por lo cual declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro bajo juramento que los datos e información que se han mencionado anteriormente en la presente tesis son auténticos y veraces.

Además, asumo toda la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, en tal sentido me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Piura, 06 de diciembre del 2019


Keila Jasminda Maldonado Olaya
DNI: 75461418

ÍNDICE

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Página de jurado.....	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Índice	vi
Índice de tablas	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MÉTODO	15
2.1. Diseño de investigación.....	15
2.2. Variables de operacionalización	16
2.3. Población y Muestra.....	20
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	21
2.5 Procedimiento	22
2.6 Métodos de análisis de datos	22
2.7 Aspectos éticos.....	22
III. RESULTADOS.....	23
IV. DISCUSIÓN	27
V. PROPUESTA.....	31
VI. CONCLUSIONES	43
VII RECOMENDACIONES	44
REFERENCIAS.....	45
ANEXOS	49
Anexo 1: Matriz de consistencia	50
Anexo 2: Cuestionario.....	52
Anexo 3: Cuestionario.....	54
Anexo 4: Guía de entrevistas.....	56
Anexo 5: Matriz de instrumento.....	57
Anexo 6: Instrumento de confiabilidad	59
Anexo 7: Constancia de Validación	60
Anexo 8: Tablas del cuestionario aplicado	72

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: Resumen descriptivo de la relación del empowerment sobre la motivación laboral de los trabajadores de Supermercados Peruanos</i>	23
<i>Tabla 2 Resumen descriptivo de la relación del poder sobre la motivación laboral de los trabajadores de Supermercados Peruanos</i>	24:
<i>Tabla 3 Resumen descriptivo de la relación de la autoridad sobre la motivación laboral de los trabajadores de Supermercados Peruanos.....</i>	25
<i>Tabla 4 Resumen descriptivo de la relación de la responsabilidad sobre la motivación laboral de los trabajadores de Supermercados Peruanos</i>	25
<i>Tabla 5 Resumen descriptivo de la relación de la autonomía sobre la motivación laboral de los trabajadores de Supermercados Peruanos</i>	26

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación existente entre el Empowerment y Motivación Laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A. Sullana, Piura, 2019. Se utilizó un tipo de investigación Correlacional, el diseño es no experimental y transversal, la población abarcó a los colaboradores de la Empresa Supermercados Peruanos específicamente en tiendas Plaza Veá Y Economáx ubicados en la ciudad de Sullana, Piura siendo un total de 120 personas y se obtuvo como resultado la muestra de 92 trabajadores, se aplicó una encuesta y el instrumento fue un cuestionario; así como también se empleó la guía de entrevista basada en 7 preguntas efectuadas al gestor del talento humano, las encuestas se procesaron en el programa estadístico SPSS 24 y los resultados se representan en las tablas, concluyendo que el Empowerment y la Motivación Laboral tuvieron relación significativa en los trabajadores.

Palabras claves: Empowerment, Motivación Laboral, Colaboradores, Poder, etc.

ABSTRACT

The main objective of this research work was to determine the relationship between Empowerment and Labor Motivation in employees of Supermercados Peruanos S.A. Sullana, Piura, 2019. A type of Correlational research was used, the design is non-experimental and transversal, the population covered the employees of the Peruvian Supermarket Company specifically in Plaza Vea Y Economax stores located in the city of Sullana, Piura being a total of 120 people and a sample of 92 workers was obtained as a result, a survey was applied and the instrument was a questionnaire; as well as the interview guide based on 7 questions made to the human talent manager, the surveys were processed in the SPSS 24 statistical program and the results are represented in the tables, concluding that the Empowerment and Labor Motivation were related significant in workers.

Keywords: Empowerment, Labor Motivation, Collaborators, Power, etc.

I. INTRODUCCIÓN

Clasificadora de riesgo Equilibrium S.A (2017) en un instrumento web que lleva por título análisis del sector retail: supermercados, tiendas por departamento y mejoramiento para el hogar; hace evocación que en Latinoamérica; el Perú se ubica en el puesto nueve en el ámbito del sector retail; siendo así uno de los más atractivos para poder invertir; se ha identificado que ha alcanzado escalar 7 lugares en comparación al año 2015. Asimismo, se refiere que el Perú lidera esta lista debido a su desempeño el que obtuvo por intermedio del Gobierno el cual se encargó de forjar la integración del comercio y buscar con ello pactos de libre comercio lo que le ha permitido propagar la economía, consiguiendo que el patrimonio extranjero le permita conseguir una estabilidad comercial en todo Latinoamérica. En un mundo donde la globalización incluyó a todos los países, donde las instituciones deben adquirir un cambio en su cultura y visión para con ello conseguir mayor eficiencia en los dirigentes de las compañías y sus trabajadores logrando con ello un mayor sentido en su ocupación y en su vida diaria, para obtener mejoras perenes y constantes en los sistemas y métodos de la organización. Dentro de los puntos más trascendentales con los que debe contar y tener en cuenta toda empresa para promover una iniciativa a sus excedentes y obtener así mayor competencia en el mercado.

Román (2016) revista titulada Estudios Gerenciales, explican que los recursos humanos se benefician a través de la motivación ya que les aprueba tener la participación activa en las cargos y desarrollo de cada actividad de manera deliberada; asimismo nos comentan que cuando se piensa en empoderar a un trabajador es porque él es un individuo que tiene potencial muy alto, es creativo, tiene conocimiento y decisión en el desarrollo y contribución con los fines organizacionales. Es por tal motivo que debemos precisar que en este mundo existen diferentes compañías que buscan estabilidad interna, mediante un ambiente laboral el cual sea idóneo para todos los colaboradores; por lo que se debe de indagar el compromiso de cada individuo puesto; que cada uno debe contar con invención, creatividad, manejo en la toma de decisiones, saber resolver inconvenientes o trances, debe de tener una comunicación fluida, ya que se ha evidenciado en reportes periodísticos que estas entidades buscan estimular estos temas por medio de capacitaciones con la objeto de reforzar sus conocimientos y despertar sus habilidades escudriñando principalmente que el personal se sienta producido

emocionalmente al momento de realizar las actividades con el fin que se cumplan las metas de la organización.

Peña y Villón (2018) refieren que al presente la motivación en uno de los elementos trascendentales que se presenta en todo acontecimiento de la existencia del ser humano; asimismo hacen mención que a nivel organizacional la motivación se puede presentar en varios escenarios como la instrucción para el logro de resultados, los reconocimientos en actos públicos, entregas de diplomas o certificados, etc. Lo cual hace que el trabajador se sienta motivado en querer desarrollar con efectividad sus labores. Así como también en el Diario Andina (2018) se da a conocer que la escucha y la designación hacen posible que cada colaborador labore los objetivos de la empresa de modo sistemático cumpliendo con sus metas profesionales y personales lo cual comprueba el éxito en cualquier empresa pública o privada, la motivación en un centro de trabajo puede mostrarse mediante el Empowerment; el cual es un modelo participativo para mejorar continuamente donde se presentan líderes autónomos y que cuentan con la creatividad que se requiere tener en cada uno de ellos.

En contrastación Cáliz et.ál. (2016) coinciden que la motivación influye por medio de dos perspectivas; la autoeficacia en primer lugar y la motivación intrínseca lo cual envuelve a brindar gran parte de la libertad de los trabajadores al compartir con ellos información valiosa y asimismo brindarles control sobre los componentes influyentes en su crecimiento laboral. Por tal motivo es que cuando las personas inventan y distinguen oportunidades de control sobre ellos mismos influyendo de tal manera en las decisiones que se verán reflejadas con el pasar del tiempo. En tal sentido los resultados que son conseguidos a través de una excelente motivación tienden a hacer referencia a los efectos o resultados de los procesos, dando así una respuesta a un cambio de estilo en la ejecución de los compromisos organizacionales, comunicación y el compromiso de cada uno de los trabajadores, lo cual influye a propiciar un amplio espacio en su trabajo al instante de tomar decisiones. En nuestro país; la motivación de los colaboradores es imprescindible para que la comunicación se dé de manera correcta, clara y abierta debido a que preexisten personas que reducen su capacidad de liderar y de ejercer la ejecución de sus actividades personales con mayor productividad; de tal modo que beneficie su calidad al momento de tomar decisiones. Por tal motivo, actualmente se efectúan estimaciones a los individuos en los diversos sectores económicos laborales, con el

objeto de que cada persona ocupe y trabaje en el lugar de acuerdo a su perfil. Además, la técnica de motivación aprueba el reconocimiento de los trabajadores evaluando sus capacidades por medio de la ampliación de competencias de cada uno; cabe recalcar que para poder facultar las responsabilidades y la confianza a nuestros colaboradores es necesario tener en cuenta que nuestro colaborador no se encuentre recargado de trabajo sino sentirá que lo que se le va a delegar será una carga o un castigo en su contra a ello llamamos cuidar la motivación de cada colaborador.

Para Kayser (2019) en el diario El País no hace referencia que en la actualidad el panorama laboral los colaboradores son ellos los que exigen que dentro de cada labor que realicen se incorpore la motivación para poder realizar las actividades dentro de un ambiente armonioso, donde el jefe les ofrezca un buen trato, los felicite por cada logro que alcanzan en el avance de sus actividades, un jefe que les ayude en la orientación del desarrollo de las actividades, asimismo nos hace mención que casi todas las empresas ofrecen un tipo de beneficio pero existen carencias en la medición en el impacto real del rendimiento de la compañía; por tal motivo hace referencia que el 23% de las empresas no sabe cuánto es lo que gasta en el presupuesto que se destina a los trabajadores. Para finalizar el Diario Gestión (2017) hace mención que las empresas de hoy en día no tan solo se orientan en los objetivos planteados, sino que también centran su atención en la inteligencia emocional de los trabajadores que la conforman ya que un colaborador motivado puede llegar a ser un 80% más productivo.

De tal manera refiere que la inteligencia emocional significa hacer liderazgo de manera inteligente; lo cual beneficia al trabajador y a la empresa a tomar decisiones adecuadas no tan solo considerando metas y objetivos sino también al momento de comprender a los demás trabajadores. En tal sentido Supermercados Peruanos S.A. fue fundada por Carlos Rodríguez Pastor es una empresa retail fundada durante las décadas de los noventas; en Sullana lleva 07 años atendiendo las necesidades de los consumidores tanto en sus tiendas Plaza Vea, en Economax lleva recientemente 10 meses en el mercado y Tarjetas Oh 07 años cubriendo el poder adquisitivo y de créditos de los consumidores en sus tiendas, durante los últimos periodos ha presentado diversos problemas ya que los trabajadores no se encuentran debidamente capacitados y en muchos de los casos no están ubicados en el puesto que su perfil lo requiere, esto sucede cuando los encargados de gestionar el talento humano suelen ser nuevos en el puesto, son personas que no

conocen de la gestión del talento humano y no evalúan con antelación a cada trabajador para conceder las responsabilidades que se atribuyen a su perfil, ocasionando así que se presente un retraso en la realización de las actividades, asimismo se presentan casos en que algunos trabajadores toman el empoderamiento de manera muy personal y asumen que ellos pueden ejercer el temor ante los demás para que realicen sus actividades bajo presión. Es por tal razón que los sueldos, el trato que reciben, el apoyo en el perfeccionamiento de conocimientos, el tipo de reconocimiento de los colaboradores en base a su esfuerzo laboral y las relaciones que establezcan en el lugar de labores.

Por tal razón; en esta investigación se busca una relación existente con el Empowerment y la motivación que se da en las empresas retail, en la cual podremos apreciar que la primera variable o variable independiente Empowerment es aplicada dentro de la organización con los colaboradores la cual no siempre es delegada a todos los integrantes del grupo de trabajo sino que esta es delegada mediante la decisión del alto jefe ya sea por desempeño en las actividades o por estándares que éste establezca; en la segunda variable llamada también variable dependiente Motivación laboral se busca medir el nivel de motivación otorgada por el jefe al personal buscando implementar nuevos métodos que ayuden a incrementar el nivel de estímulos de cada trabajador mediante los reconocimientos en actos públicos, aumentos en el sueldo, capacitaciones constantes, vales de compras y consumos así como también viajes; logrando con ello poder obtener el logro de las actividades en la organización.

De León (2018) en un estudio previo a concedérsele el título de Psicóloga industrial u Organización en el grado académico de licenciado el cual le considero por título *liderazgo y empoderamiento realizado a los colaboradores del área de ventas de la empresa Decorabaños S.A en la Ciudad de Quetzaltenango*, para lo cual su objetivo era asemejar el nivel de liderazgo y empoderamiento que se muestra en los trabajadores del departamento de ventas de la empresa Decorabaños S,A. consiguiendo en su discusión de resultados que en particular las personas tienen un nivel cuantitativo de liderazgo y empoderamiento el cual se pudo medir a través de una escala confeccionada por el investigador para identificar los niveles de liderazgo y empoderamiento que las personas tienen dentro de una organización. Para finalizar, luego de los resultados se puede revelar que los factores que interceden en el liderazgo son el personal, que se describe al tipo de personas que lo efectúan durante su vida y les es rentable para las

actividades diarias que se ejecutan; el liderazgo grupal, el cual se utiliza en los grupos o conjuntos de personas donde puede resaltar la inspiración para cumplir alguna actividad de una persona hacia las demás y el deseo de escalar, es importante tenerlo de manifiesto en las empresas ya que protege a los colaboradores con deseos de persistir y hacer línea carrera al interior de la organización, se encuentran en un nivel alto y favorece al desarrollo de la empresa.

En función a los antecedentes internacionales, Gutiérrez (2015) en su proyecto de grado titulado *manejo efectivo del Empowerment en los gerentes de las multinacionales en Colombia*, plantea el fin principal investigar cómo los gestores de las multinacionales en Colombia enfocan el “*Empowerment*” en sus empresas mediante un estudio minucioso y cómo su gestión impacta de una manera demostrativa el entorno personal de sus colaboradores. Mientras tanto, en la vida diaria queda un espacio ya que se omite si el estudio de la filosofía organizacional “*Empowerment*” está coexistiendo realmente positiva dentro de las compañías debido a que no es solo un conocimiento nuevo en el mundo institucional colombiano, de tal modo, que no es un tema empresarial sino cultural, puesto que los trabajadores al ser permitidos por sus líderes se dotarían de un sentido de pertenencia lo cual es muy característico de la cultura corporativa.

Cócheres (2014) en su investigación previa a la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios titulado *el Empowerment y su efecto en la calidad al servicio al cliente, del restaurant “Al Paso” en el Valle de Yunguilla*. Por tal motivo; el problema de investigación que plantea el autor es en base a las quejas y conformidades que han percibido los empresarios de la microempresa, motivo por el cual el investigador efectuó una encuesta a los clientes donde se obtuvo un nivel de aprobación y rechazó en el consumo de alimentos al paso; por tal motivo hace mención que la calidad de servicio que se brinda en la actualidad el restaurant limita la posibilidad de obtener metas considerables, asimismo cuenta con trabajadores que no tienen un empoderamiento real de las funciones que la empresa realiza debido a que la empresa no efectúa capacitaciones a sus colaboradores. En tal sentido se llega a la conclusión en esta empresa es importante que el líder y sus seguidores realicen planificaciones rutinarias y también que mantengan una planificación constante y fluida conservando siempre los principios éticos tanto con +los trabajadores y con los clientes que la conforman.

En relación con los antecedentes nacionales, Flores (2017) en su tesis para optar el grado académico de Maestro en Administración de Negocios – MBA titulada *El*

Empowerment y la productividad en la empresa industrias y servicios El Tigre S.A, en el distrito de Comas año 2017; planteó como principal objetivo establecer la relación entre el Empowerment y productividad en la empresa Industrias y Servicios El Tigre S.A., distrito de Comas, año 2017. En la discusión de resultados, se consiguió un factor de correlación positivo y significativo, donde se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna. Motivo por el cual, se afirmó la existencia de una relación característica del Empowerment y la productividad de la organización. Como conclusión se afirmó la existencia de una relación positiva y totalmente significativa entre el Empowerment y la Productividad en Industrias y servicios El Tigre S.A.

Sarmiento (2016) en su tesis titulada *Relación entre clima organizacional y motivación laboral en Sedalib S.A - Trujillo 2016*, presentado en la Universidad César Vallejo – Trujillo. Plantea como objetivo general comprobar la relación existencia entre el Clima Organizacional y Motivación Laboral en la empresa Sedalib S.A. – Trujillo en durante el 2016, en tal sentido se finaliza que en la investigación se confirmó que el Clima Organizacional se relaciona significativamente con la Motivación Laboral en la empresa los que se encuentran en el ambiente laboral de Sedalib S.A. Del mismo modo; se determinó la existencia de un 0.959 %, que demuestra un margen positivo, del mismo modo, muestra que un total del 77% de trabajadores administrativos los cuales están de la mano con el clima laboral de la empresa provocando con ello que un promedio del 70% de los trabajadores administrativos se encuentren totalmente motivados. Con esta investigación se logró una demostración de donde se da a conocer a una organización que se encuentra establecida en su totalidad y se vincule llanamente con la Motivación Laboral en la organización Sedalib S.A. se puede concluir y encontrar un coeficiente de correlación efectivo, se puede verificar que el porcentaje de los colaboradores administrativos quedan de mutuo acuerdo con la organización establecida en la organización, permitiendo que gran parte del personal administrativo se sienta motivado.

Vilela (2014), en su tesis titulada “Influencia del marketing interno en la Motivación de los colaboradores de la empresa Böhler, Cercado de Lima en el año 2014”, presentado en la Universidad César Vallejo – Lima. Plantea el objetivo principal el cual se basa en comprobar la influencia del Marketing interno en la Motivación de los trabajadores de la empresa BOHLER, ubicada al interior de la misma ciudad durante el mismo año, con el estudio se demostró que el 86.7% de los trabajadores se sienten motivados con su labor donde se logra observar que las tácticas que se emplean dentro

del marketing interno que se utilizan median de modo positivo en la motivación de los individuos. Con relación a los programas implementados por la organización para detectar sus requerimientos. En los resultados se demuestra que los programas que la empresa ha implementado repercuten de manera positiva ante la motivación de los trabajadores de la empresa, teniendo por enterado que los empleos se sienten motivados y compensados. Con respecto a la influencia que tienen para sus compañeros dentro del centro de trabajo y mediante las actividades que desarrollan a diario.

En relación con los antecedentes locales, Morán y Samillán (2017) en su trabajo de investigación para optar por el título profesional de licenciado en administración la cual lleva por título *influencia del clima laboral, en la motivación laboral del personal administrativo de la universidad César Vallejo, Sede Piura, 2015*; para lo cual establecieron como objetivo evaluar la influencia del clima laboral en la motivación del personal administrativo de la universidad César Vallejo, sede Piura, 2015. Se obtuvo que los resultados comprueben lo esbozado en la hipótesis de investigación, ya que se confirma que existe relación entre ambas variables y que, en promedio, el clima laboral influye sobre la motivación del personal administrativo de la universidad César Vallejo, sede Piura.

Snell y Bateman (2009) mencionan que el Empowerment es una técnica de entregar poder a los empleados, reafirmando de tal manera su compromiso con su capacidad para ejercer sus labores y creencia que pueden lograr ser colaboradores que cooperan con la organización (p.489). Asimismo, Lock (2017) hace referencia que el Empowerment es un instrumento muy significativo, puesto que cumple la función que los líderes van a facultar poder a su personal, y exista de tal manera una mejor producción laboral para un mayor beneficio de la organización. En tal razón para Herrera, (2012) es la acción de conferir poder y autoridad a los empleados y de concederles el efecto de que son dueños de su propio compromiso.

En tal razón Snell y Bateman (2009) ratifica que el poder es la capacidad en la cual va intervenir en otros individuos, y en las instituciones públicas o privadas, de tal modo que se encuentre relacionada además de que se comprometa sus prácticas para que el individuo adquiera el poder.

La capacidad de influir Snell y Bateman (2009) la definen como un componente el cual beneficia para poder adecuarse o reaccionar al ambiente, los directores y las

empresas deben desarrollarse de manera proactiva, donde el objeto es transformar el ambiente.

Snell y Bateman (2009) confirma que la autoridad es el medio más característico para que un individuo pueda tener la potestad de llevar el mando dentro del ente, teniendo conocimiento que es el derecho de dirigir un grupo de individuos internamente en la empresa.

Snell (2009) confirma que la responsabilidad es la forma o responsabilidad que tienen los socios al interior de una organización, de tal modo que el compromiso sea aplicado a nivel particular o grupalmente adentro de cualquier entidad.

Snell (2009) asegura que la autonomía es el derecho de poder decidir y de cultivarle a los individuos sobre lo que llevará a cabo. En tal razón Sum (2015) nos dice que la autonomía es el nivel que proporciona a libertad sustancial el empleado, autonomía y discreción, el sujeto puede optar por sus decisiones propias para la programación de sus actividades y así establezca las operaciones correctas para poder desarrollarlas.

Según Herrera (2012) los elementos del Empowerment es el compromiso presente en los resultados, el dominio para poder efectuar la toma de decisiones adecuada, los recursos materiales que se emplean en la ejecución, también se presenta la información e ilustraciones de conocimientos necesarios, finalmente se hace referencia a la competencia experta del individuo encargado.

Blanchard (2011) nos menciona que el Empowerment se basa en 10 principios: el primero refiere establecer compromisos en las diversas actividades laborales a ejecutar, como segundo delegar autoridad y responsabilidad sobre sus diligencias laborales, el tercer principio establece precisar modelos de perfección, el cuarto permite proporcionar aprendizajes necesarios para que se logren los patrones de calidad, el quinto principio permite aprovisionar la información y el juicio necesario, el sexto establece proporcionar una retroalimentación sobre el trabajo realizado, el principio siete refiere a reconocer pertinentemente los beneficios aprehendidos, el octavo principio busca que se establezca confianza total a los subordinados, el noveno y penúltimo principio refiere dejar zonas para el proceso y como último principio nos dice que se debe de brindar colaboraciones a los empleados con dignidad y respeto.

Blanchard (2011) hace mención a los beneficios del Empowerment son los que se presentan a continuación: aumento de la agrado de las personas y la confianza que

poseen las que integran la mayoría en la empresa, el incremento del compromiso, autoridad y responsabilidad en la complacencia del consumidor, el incremento de la creatividad y el bajo nivel de resistencia al cambio, se transfiere con los integrantes en la empresa y el liderazgo que se posee, el incremento de la confianza en comunicaciones interpersonales y las relaciones, el acrecentamiento del entusiasmo y una forma efectiva, existe una rapidez en los métodos con los cuales es más eficiente la toma de decisiones.

Según Wilson (2011, p. 35) nos dice que, para poder desarrollar este ciclo del Empowerment y de la motivación de los individuos, se necesitan algunos de los siguientes requisitos:

Satisfacción personal: Es de vital importancia que el entorno del trabajo se refleje agradable y notable, debería ser una ruta apropiada para manifestar valores, efectuar conocimientos y destrezas, además de tomar compromisos.

Responsabilidad: Los empleados deben reflejarse comprometidos con las ocupaciones que ejecutan. Deberían acostumbrarse a ocupar compromisos, a tomar disposiciones y tomar en cuenta al jefe inmediato como el primer puesto de apoyo.

Coaching: Los líderes orientan, apoyan e instruyen durante un proceso para una mejora perenne de la actuación y el perfeccionamiento profesional.

Autoestima: El empleado logrará comprobar sucesos nuevos resaltando sus deseos de obtener nuevos conocimientos. El jefe provocará que se transmita la autoestima percibiendo y concibiendo las opiniones y/o sugerencias de sus colaboradores.

Control: Se instalará el control con respecto al tipo de personalidad del individuo controlado.

Lussier (2011) menciona que la motivación es un mecanismo con la que se va a identificar de alguna u otro suceso en la conducta y desempeño laboral de los individuos, con el fin de que se puedan lograr con los beneficios del personal y el objetivo empresarial.

Larico (2015) hizo mención acerca de que la motivación es de vital importancia para cualquier circunstancia, si se emplea en el ámbito laboral se puede conseguir que los trabajadores se sientan motivados, se esfuercen por obtener un desempeño mejor en sus labores. Un individuo que goza de complacencia por los logros dentro de su trabajo, lo revela al transmitir y disfrutar de atender a sus clientes, si eso no se desarrolla a tiempo, al menos lo intentará.

Peña y Villón (2018) refieren que la motivación laboral se puede concebir como el resultado de la interrelación de los individuos y el estímulo ejecutado por la empresa con el propósito de inventar elementos que estimulen e incentiven al empleado a conseguir un fin. Es la voluntad que diferencia al individuo a través del esfuerzo propio a desear obtener las metas de la empresa ajustadas a las necesidades de compensar sus necesidades propias.

Perret (2016) nos habla que la motivación es la destreza de poder transformar recursos, que muchas veces pueden ser limitados, para poder lograr algo (objetivos laborales, objetivos personales, que pueden presentarse dentro o fuera de la empresa) que, perceptualmente, te proporcionará beneficios mayores, esperados por el consciente o por el inconsciente. Asimismo, el autor nos refiere que las aspiraciones que nos motivan las cuales pueden ser conscientes y en otras ocasiones son inconscientes. Refiriendo que nuestro motivo siempre espera el deseo, el instinto, impulso, pensamiento o creencia adecuadamente fuerte para desenvolverse; es decir cuando orientas todos tus recursos e ímpetus en un solo objetivo, será mayor la motivación que cuando fraccionas tu atención en varios objetivos.

Robbins y Couter (2010) nos mencionan que los temas actuales de la motivación hacen referencia que al percibir y predecir que la motivación de los empleados es la más común y la más popular en zonas de la indagación gerencial. Mientras tanto, los estudios actuales acerca de la motivación de los colaboradores suelen ubicarse en determinados varios algunos argumentos que se presentan en el lugar donde son ellos mismos quienes desempeñan sus deberes.

Lussier (2011) se sitúa en indicar la motivación de contenido y predecir el comportamiento fundado en los métodos conductuales según sus diferentes necesidades, ya que la primordial razón de las personas es que actúan como lo conciben para compensar sus necesidades.

Lussier (2011) nos refiere que la motivación de proceso se ubica centrada en los otros comportamientos que logre desarrollar el trabajador en la organización o cualquier lugar que se halle hará todo lo posible para que la motivación de proceso sea una necesidad de compacidad.

Lussier (2011) refieren que la motivación de reforzamiento contiene efectos en los comportamientos, ya que los individuos se encontrarán motivados a cargar en

colocaciones establecidas. Habiendo tomado en cuenta que además se asimila por medio de prácticas con efectos positivos y negativos.

La motivación humana; Ruiz, Gago, García, López (2013) aseguran que es una de las decisiones del individuo para actuar el cual suele presentarse por una incitación externo la cual puede provenir del ambiente o también puede ser provocado por un estímulo interno; el cual forma los métodos mentales de la persona. La motivación se modifica en cada individuo debido a las insuficiencias de un individuo a otro que pueden ser cambiables; lo cual provoca diversos modelos de conductas, aunque estos cambien las diferentes actuaciones de la motivación es esencialmente idéntico en todas las personas.

Ruiz, et. al (2013) definen las técnicas motivacionales como la manera como pueden manipularse las empresas con el fin de motivar a los colaboradores, ya que esto beneficia en gran medida a los colaboradores dentro de una institución para que efectúen con mayor productividad sus actividades realizadas a diario, las políticas de conciliación: es una de los métodos más empleados para motivar a los individuos en una organización, los cuales son formados por medidas para ajustar la vida personal, laboral y familiar de los individuos, algunos ejemplos pueden ser, horario flexible, trabajo a tiempo parcial, permiso de maternidad y paternidad, servicios de guardería, permiso a excelencia para cuidar familiares, y otros.

Mejora de las conciliaciones laborales: Dentro de las condiciones de mejora pueden ser, el salario, las condiciones físicas del entorno, como la iluminación, la temperatura, la decoración o equipos de trabajo adecuados, y la seguridad que le brindará la organización al colaborador, ya que de esta manera el podrá efectuar las tareas asignadas con mayor productividad y eficacia, el enriquecimiento de las condiciones laborales: Radica en transformar la forma en la que se ejecuta el trabajo puesto que es consecuencia menos rutinaria del colaborador. Esto consigue darle la independencia al trabajador para que interactúe en las disposiciones que perturben a su trabajo, puesto que son los propios trabajadores quienes conocen como ejecutar estas actividades.

Ajuste del individuo en el lugar de trabajo: Se eligen para cada lugar determinado a los individuos correctos que cumplan con los objetivos y tengan las aptitudes idóneas para desempeñar de una forma excelente dicho lugar. Por lo que esto hará que el colaborador se sienta motivado e interesado en su trabajo, el reconocimiento del trabajo: Es significativo dar la razón y felicitar al individuo por el compromiso

realizado de excelente manera y si han corregido su rendimiento. Este tipo de reconocimiento puede presentarse, por medio de unas palabras de agradecimiento, una felicitación por correo electrónico, una carta, un informe favorable para el jefe inmediato superior o una propuesta de ascenso. También puede presentarse a los trabajadores como presentes, canastas.

En función a la investigación se desarrolla la siguiente pregunta general: ¿Existe relación entre el Empowerment y la motivación laboral de los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Piura, 2019?; en función a la investigación se desarrollan las siguientes preguntas específicas: la primera ¿Existe relación entre el poder y la motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura?, como segunda ¿Existe relación entre autoridad y la motivación laboral en el Empowerment de los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura?, tercera ¿Existe relación entre la responsabilidad y la motivación laboral de los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Piura? y por último ¿Existe relación entre la autonomía y la motivación laboral de los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Piura?

El presente estudio está desarrollado a nivel práctico, es por ello que Bernal (2010) lo define como aquel que cuyo desarrollo ayuda a resolver un problema o, por lo menos, propone estrategias que al aplicarse contribuirían a resolverlo. Los estudios de investigación de pregrado y de posgrado, en el campo de las ciencias económicas y administrativas, en general son de carácter práctico, o bien, describen o analizan un problema o plantean estrategias que podrían solucionar problemas reales si se llevaran a cabo (p.122). Por ello la presente investigación será de ayuda para poder solucionar las dificultades que presenta la empresa Supermercados Peruanos la cual es diferenciada por ser una cadena de supermercados más importante del Perú, además de presentar personal altamente capacitado y con experiencia lo que permite que se conozca su realidad.

Una de las razones por la cual se desarrolló este estudio, es para poder analizar de qué manera influye el Empowerment y la motivación laboral en la empresa ante posibles problemáticas que puedan proporcionar un déficit en el desarrollo laboral de cada miembro que integra la organización, induciendo a ello a que los líderes tomen decisiones que puedan ayudar a que se logre un mejor desempeño y cumplimiento de objetivos.

El estudio además presenta un nivel teórico para lo que Bernal (2010) nos refiere que cuando el propósito del estudio es generar reflexión y debate académico sobre el conocimiento existente, confrontar una teoría, contrastar resultados o hacer epistemología del conocimiento existente. En el caso de las ciencias económico-administrativas, un trabajo investigativo tiene justificación teórica cuando se cuestiona una teoría administrativa o una económica (es decir, los principios que la soportan), su proceso de implantación o sus resultados (p.122). Es decir, la investigación planteada, busca mediante el desarrollo de teorías y conceptos relevantes del Empowerment y la motivación laboral, competencias laborales y así como de cada una de las dimensiones abarcadas, poder encontrar explicaciones a situaciones reales que presenta la empresa para con ello poder resolverlos. Asimismo, pueden surgir nuevos conocimientos de los resultados encontrados los cuales pueden generalizarse e incorporarse al conocimiento científico.

Finalmente se presenta una investigación de nivel teórico para ello Bernal (2010) hace mención que en indagación científica, la justificación metodológica del estudio se presenta cuando el propósito que se va a ejecutar presenta un método nuevo o una estrategia nueva para crear conocimiento permitido y confidencial.

La investigación presenta la siguiente hipótesis general; para lo cual se mide si existe relación entre el Empowerment y la motivación laboral de los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura, 2019. La investigación además presenta las siguientes hipótesis específicas: H.E.1: Se relaciona el poder con la motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura. H.E.2: Se relaciona la autoridad con la motivación laboral de los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura. H.E.3: Se relaciona la responsabilidad con la motivación de los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura. H.E.4: Se relaciona la autonomía con la motivación de los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura.

A continuación, se presentan los objetivos principales de la investigación determinar en qué medida se relaciona el Empowerment sobre la motivación laboral de los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura, 2019. Además, en la investigación se plantearon objetivos específicos O.E.1: Determinar en qué medida se relaciona el poder sobre la motivación que presentan los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura. O.E.2: Determinar en qué medida se

relaciona la autoridad sobre la motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura. O.E.3: Determinar la relación existente entre la responsabilidad y la motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura. O.E.4: Determinar la relación existente entre la autonomía y la motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

La investigación es no experimental con estudios descriptivos, correlacionales; Hernández, Fernández y Baptista (2014), indican que los estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan fenómenos en su ambiente natural para analizarlos (p. 152). Se trata de una investigación descriptiva, correlacional, transversal –causal según Hernández et.ál. (2014), precisan que los diseños transaccionales correlacionales describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos, variables en un momento determinado, ya sea en términos correlacionales, o en función de la relación causa – efecto (p. 157).

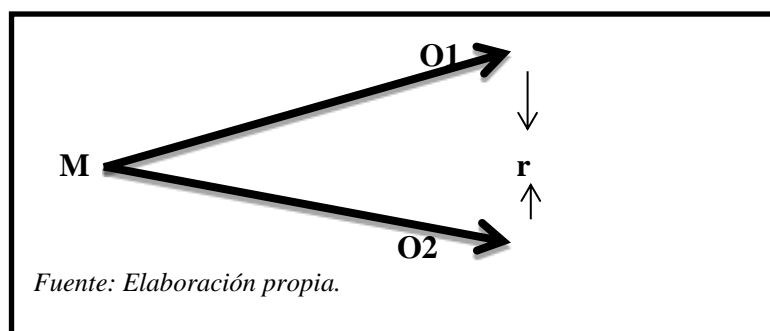
Esta investigación es correlacional, ya que consistió en indagar las relaciones existentes entre dos variables en un tiempo determinado, los contextos, hábitos y cualidades sobresalientes relacionándolos entre sí, las actividades, métodos, colaboradores y resultados de la gestión para poder ratificar el grado de la relación existente. En esta investigación se han recogido los datos tomando como base la hipótesis, se expuso y resumió la información de manera muy minuciosa y luego analizamos cuidadosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento. El enfoque es de tipo cuantitativo ya que es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos omitir o eludir pasos.

M= Muestra

O1= Observación de la variable 1

O2= Observación de la variable 2

R= Correlación entre ambas variables



2.2. Variables de operacionalización

2.2.1. Empowerment

Snell y Bateman (2009), mencionan que el Empowerment es el proceso de compartir poder con los empleados, reforzando de tal manera su confianza en su capacidad para realizar sus labores y creencias en que son trabajadores que contribuyen en la empresa.

2.2.2 Motivación Laboral

Larico (2015) mencionó que la motivación es significativa para cualquier ámbito, si se emplea en el ámbito del trabajo se puede obtener que los individuos motivados, trabajen por tener un mejor desempeño en su trabajo. Una persona que goza de satisfacción por el cumplimiento de su trabajo, lo manifiesta al transmitir y disfrutar de atender a sus clientes, si eso no se lleva a cabo, al menos lo intentará.

2.2.3 Matriz de Operacionalización del Empowerment

VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA
Empowerment	Snell y Bateman (2009), mencionan que el Empowerment es el proceso de compartir poder con los empleados, reforzando de tal manera su confianza en su capacidad para realizar sus labores y creencias en que son trabajadores que contribuyen en la empresa.	Poder	En este estudio se determinará como los trabajadores obtienen el poder para tomar decisiones, usando la técnica de la encuesta y aplicación de un cuestionario.	Capacidad de influir Control Ética	Ordinal
		Autoridad	En este estudio se determinará como los trabajadores obtienen autoridad para resolver dificultades, utilizando la técnica de la encuesta y aplicación de un cuestionario.	Aceptación de sugerencias Capacidad de influir	

Responsabilidad

En este estudio se determinará como los trabajadores asumen la responsabilidad para tomar decisiones, utilizando la técnica de la encuesta y un cuestionario.

Compromiso
Interés

Autonomía

En este estudio se determinará como los trabajadores demuestran autonomía para tomar decisiones, utilizando la técnica de la encuesta y un cuestionario.

Toma de decisiones
propias
Confianza

Fuente: Elaboración propia

2.2.4 Matriz de Operacionalización de la Motivación Laboral.

VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA
Motivación Laboral	<p>Larico (2015) mencionó que la motivación es significativa para cualquier ámbito, si se emplea en el ámbito del trabajo se puede obtener que los individuos motivados, trabajen por tener un mejor desempeño en su trabajo.</p> <p>Una persona que goza de satisfacción por el cumplimiento de su trabajo, lo manifiesta al transmitir y disfrutar de atender a sus clientes, si eso no se lleva a cabo, al menos lo intentará.</p>	Motivación de contenido	<p>En esta investigación se determinará como los trabajadores emplean la motivación de contenido para ejecutar sus actividades, utilizando la técnica de la encuesta y aplicación de un cuestionario.</p>	<p>De logro</p> <p>De afiliación</p> <p>Equidad</p>	Ordinal
		Motivación de proceso	<p>En esta investigación se determinará como los trabajadores emplean la motivación de proceso para ejecutar sus actividades, utilizando la técnica de la encuesta y aplicación de un cuestionario.</p>	<p>Expectativas Personales</p> <p>Establecimiento de metas</p> <p>Programas de Capacitación</p> <p>De logro</p>	
		Motivación de reforzamiento	<p>En esta investigación se determinará como los trabajadores emplean la motivación de reforzamiento para ejecutar sus actividades, utilizando la técnica de la encuesta y aplicación de un cuestionario.</p>	<p>Programas de Capacitación</p> <p>Castigos Percibidos</p>	

Fuente: Elaboración propia

2.3. Población y Muestra

2.3.1. Población

Hernández, et.ál. (2014, p.174) Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones.

El volumen de la población se delimita en 120 trabajadores que abarca todas las áreas que tiene la empresa durante el turno diurno.

2.3.2 La muestra

Hernández, et.ál. (2014, p.175)” La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población”.

La muestra es semejante al tamaño de la población (92 trabajadores) con que cuenta la empresa, para lo cual se utilizará la encuesta para la ejecución de recolección de datos.

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

Dónde:

- Margen de error:** p=5%
- Nivel de confianza:** Z= 95%
- Tamaño de la población:** N=120 trabajadores
- Tamaño de la muestra:** n=???
- q=** 0.5
- E =** 0.05

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$
$$n = \frac{120 \cdot (1,96)^2 \cdot 0,95 \cdot 0,05}{(120 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2 \cdot 0,95 \cdot 0,05}$$
$$n = \frac{(120)(3,8416)(0,95)(0,05)}{(120)(0,0025) + (3,8416)(0,95)(0,05)}$$

$$n = 92 \text{ Trabajadores.}$$

2.3.3. Criterios de selección

Personas que laboren dentro de las áreas de la empresa Supermercados Peruanos en el distrito de Sullana, varones y mujeres, jóvenes y adultos en actividad laboral dentro de la empresa.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1 Técnicas

Encuestas: Para poder efectuar el desarrollo de la investigación se esgrimió de la encuesta para poder conseguir datos precisos y logrando que la investigación se lleve a cabo de la mejor manera.

2.4.2 Instrumentos

Cuestionario: Hernández, Fernández y Batista (2014) mencionan que un cuestionario consiste en un grupo de interrogantes respecto a una o más variables que se medirán, las cuales deben tener relación con el planteamiento del problema. Cuestionarios. Se emplearon cuestionarios para 92 trabajadores de supermercados peruanos, para recopilar datos a través de 23 preguntas.

2.4.3 Validez

La validez del instrumento aplicado en el estudio se dará por medio del juicio de tres expertos quienes analizarán: Su cohesión, es decir, que cada una de las preguntas planteadas en el instrumento guarden una relación con los objetivos de la investigación. Su consistencia, las preguntas permitan medir cada uno de los indicadores de las variables investigadas.

2.4.4 Confiabilidad

En la realización de la investigación se aplicó el coeficiente de Alpha de Cronbach para el cuestionario aplicado a los trabajadores de Supermercados Peruanos en el distrito de Sullana, para lo cual llevará a cabo la medición del alfa de Cronbach con un margen de error del 5% y una confiabilidad del 95%.

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_r^2} \right]$$

2.5 Procedimiento

La encuesta fue aplicada en dos días diferentes debido a los cambios de horario de los trabajadores; los lugares donde aplicaron las encuestas fueron Supermercados Plaza Vea y Supermercados Economáx Sullana, con el propósito de recolectar la mayor información posible para la investigación.

2.6 Métodos de análisis de datos

El análisis de los datos se obtendrá a partir de los instrumentos propuestos en la investigación (entrevistas y encuestas) las cuales serán registrados en el programa estadístico IBM SPSS v.25 (vigésima quinta edición), mediante tablas y gráficos de frecuencia que serán debidamente interpretados por los investigadores.

2.6.1 Prueba de Hipótesis

Se afirmó la hipótesis por el uso del chi cuadrado, en el que se adquirió los últimos resultados y se comprobó la relación entre el Empowerment y la Motivación Laboral en los trabajadores de Supermercados Peruanos S.A, Sullana, Piura, 2019.

Tablas

$$\chi^2 = \sum \frac{(fo - ft)^2}{ft}$$

La tabla de frecuencia se utilizará para el análisis de la información conseguida de la muestra, y poder distribuirla en categorías dentro de una tabla para proporcionar el análisis.

2.7 Aspectos éticos

El presente proyecto de investigación está apoyado en respetar la autenticidad de los resultados, confidencialidad de los datos conseguidos, respetar la propiedad intelectual citando autores al momento de efectuar la búsqueda, y finalmente se respetará el anonimato de los encuestados; para lo cual no se entregará información que permita conocer su identidad.

III. RESULTADOS

A fin de cumplir con los objetivos de la investigación, se aplicó dos cuestionarios para recoger información sobre el Empowerment y la Motivación Laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos; dichos instrumentos están estructurados en las escalas de Likert, con alternativas de respuesta como nunca, casi nunca, a veces, casi siempre y siempre, a las que se les asignó valores del 1 al 5 teniendo en cuenta que el promedio y balance de esta escala recae en 3 (tres) puntos, cualquier valoración está determinada por encima de dicha cifra; lo cual indica que los encuestados concuerdan con los aspectos investigados, en tanto las valoraciones iguales o inferiores a dicho promedio implican poca concordancia con dichos aspectos. Los resultados se detallan a continuación en función a los objetivos de la investigación.

3.1. Determinar en qué medida se relaciona el Empowerment sobre la motivación laboral de los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura, 2019.

Tabla 1. Resumen descriptivo de la relación del Empowerment sobre la motivación laboral de los Trabajadores de Supermercados Peruanos.

EMPOWERMENT*MOTIVACIÓN LABORAL			MOTIVACIÓN LABORAL		Total
			CASI SIEMPRE	SIEMPRE	
EMPO	CASI	Recuento	6	3	9
WER	SIEMPRE	% del total	40,0%	20,0%	60,0%
MENT	SIEMPRE	Recuento	1	5	6
		% del total	6,7%	33,3%	40,0%
Total		Recuento	7	8	15
		% del total	46,7%	53,3%	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores.

De acuerdo a los resultados, hay aspectos de la obtención del resultado donde los colaboradores encuestados están de alguna manera siempre de acuerdo con la incorporación de las variables en estudio, por lo cual según la escala de percepción media de alrededor de 5 puntos; al respecto; el estudio indica que los colaboradores suelen aceptar recibir de la aplicación del Empowerment y la motivación laboral antes de la ejecución de actividades.

En tal sentido los colaboradores suelen resaltar que la motivación laboral cada vez requiere mayor relevancia, debido a la incorporación que se ha realizado dentro del área de Recursos Humanos. Asimismo, se está gestionando que se incorpore el Empowerment para situaciones de emergencia cuando se necesita de la toma de una decisión cuando no se encuentran las personas encargadas de gestionar las responsabilidades de esta envergadura.

3.2. Determinar en qué medida se relaciona el poder sobre la motivación que presentan los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura.

Tabla 2. Resumen descriptivo de la relación del poder sobre la motivación laboral de los Trabajadores de Supermercados Peruanos.

PODER *MOTIVACIÓN LABORAL	Media		Desviación
	Estadístico	Error estándar	Estadístico
Tengo el control dentro del área donde trabajo	5,00	,000	,000
El poder que tengo en mi puesto de trabajo me genera un sentimiento de satisfacción	4,07	,228	,884
Considero que me he ganado el derecho de ser poseedor de mi puesto de trabajo	4,07	,330	1,280
N válido (por lista)			

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores.

Con respecto a la dimensión poder, se aprecia también un promedio de 4 puntos los cuales indican que los colaboradores generalmente tienen el poder de decidir sobre los escenarios de acontecimientos que pueden presentarse en su puesto de labores. Asimismo, refieren que las decisiones siempre suelen ir acompañadas de una consulta previa a sus jefes inmediatos las cuales están ligadas a características de la situación que se presente.

3.3. Determinar en qué medida se relaciona la autoridad sobre la motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura.

Tabla 3. Resumen descriptivo de la relación de la autoridad sobre la motivación laboral de los Trabajadores de Supermercados Peruanos.

AUTORIDAD * MOTIVACIÓN LABORAL	N Estadístico	Media Estadístico	Error estándar	Desviación estándar Estadístico
Mis compañeros generalmente aceptan mis sugerencias en relación a las tareas a realizar	15	4,27	,248	,961
Se interesa usted por influir ante los demás contribuyendo con nuevos conocimientos	15	4,07	,248	,961
N válido (por lista)	15			

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores.

Con relación a los factores influyentes en la autoridad que tienen los colaboradores para poder efectuar sugerencias y poder influir sobre los demás para la contribución con nuevos conocimientos y expectativas que suelen muchas veces ser personales y organizacionales; para ello el promedio de aceptación dentro de la empresa está determinado por 4 puntos que permiten diferenciar la relación que tienen las dimensiones autoridad y motivación laboral.

3.4. Determinar la relación existente entre la responsabilidad y la motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura.

Tabla 4. Resumen descriptivo de la relación de la responsabilidad sobre la motivación laboral de los Trabajadores de Supermercados Peruanos.

RESPONSABILIDAD * MOTIVACIÓN LABORAL	N Estadístico	Media Estadístico	Error estándar	Desviación estándar Estadístico
Cuando se me solicita realizar alguna tarea pongo interés en hacerla de la mejor manera posible.	15	4,47	,215	,834
Me siento comprometido a realizar bien mi trabajo	15	4,20	,200	,775
N válido (por lista)	15			

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores.

La dimensión responsabilidad demuestra que los trabajadores de Supermercados Peruanos son comprometidos y cumplidos con las actividades que se les suelen encargar para con ello lograr a los objetivos y metas de la organización, estos resultados se muestran mediante 4 puntos obtenidos en el promedio los cuales indican gran aceptación de los valores establecidos, además del interés que poseen cada uno de ellos para el logro de sus beneficios.

3.5. Determinar la relación existente entre la autonomía y la motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura.

Tabla 5. Resumen descriptivo de la relación de la autonomía sobre la motivación laboral de los Trabajadores de Supermercados Peruanos.

AUTONOMÍA * MOTIVACIÓN LABORAL	N Estadístico	Media Estadístico	Error estándar	Desviación estándar Estadístico
En el cargo que me encuentro tengo la potestad de tomar mis propias decisiones	15	4,27	,228	,884
Constantemente toma usted decisiones importantes en su puesto de trabajo	15	4,20	,223	,862
Mis superiores confían en mis decisiones	15	4,07	,267	1,033
Conozco bien las funciones de mi puesto de trabajo	15	4,40	,190	,737
Expongo mi punto de vista ante cualquier decisión que se vara a tomar en mi área de trabajo	15	4,60	,131	,507
Se toman en cuenta las ideas que brindo a la empresa	15	4,47	,307	1,187
N válido (por lista)	15			

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores.

Para finalizar la dimensión autonomía nos confirma que 4 puntos de aceptación y de compromiso se han presentado en la organización; lo cual ha permitido que la empresa incremente sus activos y su estabilidad financiera y económica lo cual permite ofrecer trabajo a personas con ganas de emprender y sobresalir en el mundo laboral.

IV. DISCUSIÓN

De acuerdo al análisis efectuado a los instrumentos utilizados como la guía de entrevista para los gestores de recursos humanos y el cuestionario aplicado a los trabajadores de Supermercados Peruanos (Plaza Vea y Economax) los cuales fueron de gran ayuda para poder sustentar el estudio realizado en función al Empowerment y la Motivación Laboral que poseen o perciben los colaboradores en su centro de trabajo ubicado en la Ciudad de Sullana; luego de ello se procede a la discusión con respecto a las bases teóricas, hallazgos con respecto a otros estudios y a la apreciación crítica sobre la valoración de cada una de las dimensiones, las cuales están basadas a los objetivos específicos y al objetivo general los cuales se presentan a continuación:

Con lo que respecta al objetivo específico N°1; Determinar en qué medida se relaciona el poder sobre la motivación que presentan los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura. En tal razón Snell y Bateman (2009) confirman que el poder es la capacidad la cual va a influir en otras personas, tales como en las organizaciones ya sea en públicas o privadas, de manera que están influenciadas y consecutivamente implicadas sus experiencias para que la persona obtenga el poder, asimismo Sarmiento (2016) nos menciona que con la investigación se efectuó la demostración de que la organización esté bien establecida y se vincule llanamente con la Motivación Laboral en la organización Sedalib S.A. se puede concluir y encontrar un coeficiente de correlación efectivo, se puede verificar que el porcentaje de los colaboradores administrativos quedan de mutuo acuerdo con la organización establecida en la empresa, permitiendo que un promedio del personal se siente motivado.

En los resultados se evidencian que existe relación con un promedio de 4 puntos los cuales indican que los colaboradores generalmente tienen el poder de decidir sobre las situaciones de emergencia que se suelen presentar en su puesto de labores. Asimismo, refieren que las decisiones siempre suelen ir acompañadas de una consulta previa a sus jefes inmediatos las cuales están ligadas a características de la situación que se presente. En tal sentido el poder y la motivación laboral suelen estar ligadas a los trabajadores ya que estos siempre influyen de acuerdo al nivel de motivación que posean para con ello tomen decisiones que ayuden con el logro de las actividades establecidas. El poder es la capacidad que se le atribuye al individuo para que pueda tener la potestad de tomar decisiones al momento de presentarse situaciones de emergencia en las que el cliente que está siendo atendido presenta dificultades en las transacciones al momento

de efectuar el pago correspondiente, para lo cual el trabajador pueda dar solución a estos posibles eventos demostrando que tiene el poder para resolver problemas sin la necesidad de consultar al jefe superior inmediato.

Además según el cuestionario aplicado a los trabajadores se pudo obtener que cerca del 80% de los encuestados respondieron que emplean estas estrategias para la mejora continua en las actividades que se efectúan en la organización; así como también la contratación de las hipótesis se pudo determinar que se acepta la hipótesis por lo cual se quiere decir que existe relación entre el Empowerment y la motivación laboral de los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura, 2019

En efecto el objetivo específico segundo nos pide determinar en qué medida se relaciona la autoridad sobre la motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura. En tal sentido Snell y Bateman (2009) confirma que la autoridad es el medio más significativo para que una persona pueda tener la facultad de poder conducir el mando dentro de la entidad, sabiendo que es el derecho de guiar a un conjunto de personas dentro de una institución. Asimismo, la autoridad es la voluntad que posee un individuo con el fin de realizar un bien en común con la empresa a la cual pertenece y consigo mismo. Para ello en los resultados se pudo determinar que con relación a los factores influyentes en la autoridad que tienen los colaboradores para poder efectuar sugerencias y poder influir sobre los demás para la contribución con nuevos conocimientos y expectativas que suelen muchas veces ser personales y organizacionales; para ello el promedio de aceptación dentro de la empresa está determinado por 4 puntos que permiten diferenciar la relación que tienen las dimensiones autoridad y motivación laboral.

El objetivo específico tercero nos pide que se pueda determinar la relación existente entre la responsabilidad y la motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura. Por lo que Snell (2009) confirma que la responsabilidad es la cualidad o compromiso que tienen los asociados dentro de una institución, de manera que la responsabilidad sería aplicada ya sea individual o grupalmente dentro de cualquier entidad. La responsabilidad se basa también en el cumplimiento de las obligaciones, o en el cuidado que se tiene en el proceso de toma de decisiones o también cuando el individuo trata de realizar alguna actividad; dentro de la empresa la responsabilidad representa una de las cualidades que posee el ser humano de forma positiva la cual ayuda y beneficia en comprometerse con actividades que se

pueden estar dadas por un cargo, un rol o alguna circunstancia como un puesto de trabajo. Según los resultados la dimensión responsabilidad demuestra que los trabajadores de Supermercados Peruanos son comprometidos y cumplidos con las actividades que se les suelen encargar para con ello lograr a los objetivos y metas de la organización, estos resultados se muestran mediante 4 puntos obtenidos en el promedio los cuales indican gran aceptación de los valores establecidos, además del interés que poseen cada uno de ellos para el logro de sus beneficios.

Como cuarto y último objetivo específico se planteó determinar la relación existente entre la autonomía y la motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura. Para ello Snell (2009) afirma que la autonomía es aquella libertad de poder tomar decisiones y de enseñar a las personas sobre las actividades que deben de desarrollar. En tal razón Sum (2015) nos dice que la autonomía es el nivel de libertad que el empleado facilita sustancialmente, autonomía y discrecionalidad, donde las personas pueden tomar decisiones propias para programar sus labores y establezca las rutinas adecuados para poder desarrollarlo. Los resultados obtenidos demuestran que la dimensión autonomía nos confirma que 4 puntos de aceptación y de compromiso se han presentado en la organización; lo cual ha permitido que la empresa incremente sus activos y su estabilidad financiera y económica lo cual permite ofrecer trabajo a personas con ganas de emprender y sobresalir en el mundo laboral.

Para finalizar con el objetivo general se busca determinar en qué medida se relaciona el Empowerment sobre la motivación laboral de los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura, 2019. En tal sentido Snell y Bateman (2009) mencionan que el Empowerment es una técnica de compartir poder con los trabajadores, fortificando de tal manera su seguridad en su capacidad para rescatar su trabajo y reconocimiento en que son participantes que influyen en la empresa. Asimismo, Lock (2017) hace referencia que el Empowerment es un instrumento muy importante, porque cumple la función de que los jefes van a delegar poder a su personal administrativo, y haya una mejor producción laboral en beneficio de la empresa. En tal razón para Herrera, (2012) es la delegación de potestad y mando a los empleados y de concederles el efecto de que son amos de su mismo esfuerzo que ponen en cada labor que realizan.

En contrastación con Flores (2017) en la discusión de resultados nos dice que se consiguió un factor de correlación positivo y significativo, por lo que se impugnó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna. Por lo tanto, se pudo aseverar que preexiste una relación característica entre el Empowerment y la productividad en la empresa. Como conclusión, se podrá ratificar que existe relación positiva y altamente significativa entre el Empowerment y la Productividad en la empresa Industrias y servicios El Tigre S.A. De acuerdo a los resultados, hay aspectos de la obtención del resultado donde los colaboradores encuestados están de alguna manera siempre de acuerdo con la incorporación de las variables en estudio, por lo cual según la escala de percepción media de alrededor de 5 puntos; al respecto; el estudio indica que los colaboradores suelen aceptar recibir de la aplicación del Empowerment y la motivación laboral antes de la ejecución de actividades. En tal sentido los colaboradores suelen resaltar que la motivación laboral cada vez adquiere mayor relevancia, debido a la incorporación que se ha realizado dentro del área de Recursos Humanos. Asimismo, se está gestionando que se incorpore el Empowerment para situaciones de emergencia cuando se necesita de la toma de una decisión cuando no se encuentran las personas encargadas de gestionar las responsabilidades de esta envergadura.

V. PROPUESTA

Estrategias para potenciar la toma de decisiones apropiadas en los colaboradores, orientadas a la utilización de la motivación como medio de logro de objetivos en Supermercados Peruanos S.A. Sullana, Piura.

1. Introducción

A lo largo de las investigaciones realizadas se ha visto que la evolución de los negocios por departamento y mejoramiento para el domicilio han ido incrementándose en nuestro país beneficiando de este modo el crecimiento económico de Perú, mostrando de tal modo que se encuentra en el ranking número 9 en el sector retail, convirtiéndose en un país con mayores atractivos para la inversión; el Perú encabeza esta lista debido a su desempeño el cual se obtuvo por intermedio del Gobierno el cual se encargó de generar la integración del comercio y buscar con ello acuerdos de libre mercado lo cual le ha permitido expandir la economía, consiguiendo que la economía extranjera le permita obtener una estabilidad comercial en todo Latinoamérica.

En tal sentido, cabe resaltar que Supermercados Peruanos S.A. fue fundada por Carlos Rodríguez Pastor; es una empresa retail fundada durante las décadas de los noventas; en Sullana lleva 07 años atendiendo las necesidades de los consumidores tanto en sus tiendas Plaza Vea, en Economax lleva recientemente 1 año en el mercado y Tarjetas Oh 07 años cubriendo el poder adquisitivo y de créditos de los consumidores en sus tiendas, durante los últimos periodos ha presentado diversos problemas ya que los trabajadores no se encuentran debidamente capacitados y en muchos de los casos no están ubicados en el puesto que su perfil lo requiere, esto sucede cuando los encargados de gestionar el talento humano suelen ser nuevos en el puesto, suelen ser personas que no conocen de la GTH y no evalúan anticipadamente a cada trabajador para otorgarle las responsabilidades que se atribuyen a su perfil, ocasionando así que se presente un retraso en la realización de las actividades, asimismo se presentan casos en que algunos trabajadores toman el empoderamiento de manera muy personal y asumen que ellos pueden ejercer el temor ante los demás para que realicen sus actividades bajo presión.

2. Objetivos

Potenciar las estrategias de Empowerment en los colaboradores para incrementar el nivel de motivación laboral en Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura, 2019.

Los objetivos específicos que se han planteado para poder cumplir con la propuesta

O.E.1: Evaluar las estrategias de Empowerment utilizadas para aumentar la motivación laboral de los trabajadores.

O.E.2 Realizar una evaluación de los medios que se utilizan para incrementar la motivación laboral.

O.E.3 Realizar un proceso de capacitación para determinar si se logra la motivación laboral.

O.E.4 Ejecutar un seguimiento continuo del proceso de capacitación.

3. Justificación

La propuesta establecida se plantea en función a las bases teóricas indagadas y a los resultados obtenidos con respecto al Empowerment y la motivación laboral que poseen los colaboradores para poder efectuar la toma de decisiones adecuada en base a los inconvenientes que los clientes de esta tienda retail presenten; esto se debe a que en tiempos anteriores no se les empoderaba a los trabajadores ya que se temía a que los empleados se hagan dueños del cargo de los jefes con mayor antigüedad; hoy en la actualidad en las organizaciones se está optando por hacer que los colaboradores se empoderen para que puedan dar posibles soluciones a los problemas para con ello lograr que la ejecución de las actividades no tengan un retraso y la empresa cumpla con los objetivos.

En tal sentido el planteamiento de las propuestas está centrado en proporcionar todos los elementos esenciales para que el colaborador se sienta empoderado y motivado para que con ello pueda desarrollar actividades de las cuales se sienta capaz de cumplir, empleando tanto estrategias del Empowerment y de la motivación laboral, las cuales han sido plasmadas como dimensiones ya sea el poder, la autoridad, la responsabilidad y la autonomía para las cuales se ha encontrado las relación significativa que tienen con la motivación laboral.

4. Análisis FODA

F. INTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1: Cadena de Supermercados líder en el Perú	D1 Inestabilidad de clientes potenciales en el mercado.
	F2 Cuenta con personal capacitado en cada una de sus sedes.	D2 Falta de fortalecimiento de la cultura organizacional.
	F3 Satisface las necesidades del consumidor	D3 Preferencias con algunos colaboradores (Desmotivación del personal).
F. EXTERNOS		
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA (FO)	ESTRATEGIA (DO)
O1 Diseño de programas y métodos más eficaces para la agilización de las actividades de cada área.	- Promover y ejecutar proyectos que mejoren el funcionamiento de cada departamento para minimizar las fallas.	- Incentivar a los trabajadores con salarios acorde a su calificación, desempeño y nivel educativo.
O2 Demostrar al personal que son importantes para la organización.		- Crear estrategias para capacitar al personal con cursos y actividades educativas.
AMENAZAS	ESTRATEGIA (FA)	ESTRATEGIA (DA)
A1: Cambio de políticas las cuales puedan afectar a empresas privadas.	- Establecer estrategias que permitan estabilizar las demandas de todos los clientes en todas las sucursales para seguir siendo un supermercado líder. - Establecer mecanismos para tener los productos a disposición para cubrir las necesidades del consumidor.	- Promover al cliente a visitar nuestras sucursales a través de publicidad, ofertas y promociones.

Fuente; Elaborado propia.

5. Desarrollo de las estrategias identificadas

Se han identificado (05) estrategias basadas principalmente en el compromiso de la empresa para con los consumidores y los trabajadores en función a la utilización del Empowerment y la motivación respecto al análisis FODA, lo cual permitirá fortalecer aquellas deficiencias que inciden en la toma de decisiones y en la resolución de problemas los cuales se presentan en Supermercados Peruanos S.A. Sullana. A continuación, se desarrollan:

ESTRATEGIA FO: Promover y ejecutar proyectos que mejoren el funcionamiento de cada departamento para minimizar las fallas.

- a) Descripción de la estrategia - La estrategia se basa principalmente en promover y ejecutar proyectos que ayuden en la mejora y el funcionamiento correcto en cada departamento de trabajo con el fin de minimizar fallas o errores que suelen presentarse.
- b) Tácticas - Aprovechar los proyectos que se presentan para poder ejecutar mejoras.
- Fortalecer las capacidades de los trabajadores.
- c) Programa estratégico - La presente estrategia se desarrollará en los periodos mensuales de enero hasta marzo del 2020, los cuales serán establecidos en relación a un trabajador de la empresa, la cual debe cumplir con los lineamientos establecidos en el cronograma.
- d) Responsable - Representante de la organización.
- e) Recursos - Recursos humanos
- Recursos materiales y físicos
- Recursos económicos y financieros

f) Cronograma de actividades

PERIODOS ACTIVIDADES	ENE				FEB				MAR				ABR				MAY				JUN			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Elaborar proyectos para fortalecer capacidades.																								
2. Realizar invitaciones a los trabajadores																								
3. Ejecutar el taller de fortalecimiento de capacidades																								
4. Supervisar la aplicación de nuevas capacidades																								
5. Evaluar los resultados.																								

g) Presupuesto

MATERIALES DE OFICINA			
PARTIDA	CANT.	P. U	COSTO TOTAL
- Lapiceros mixtos	20 docenas	S/. 7.60	S/. 152.00
- Plumones mixtos	03 docenas	S/. 25.30	S/. 75.90
- Hojas Bond A4	10 paquetes	S/. 12.20	S/. 122.00
- Sobre manila A4	10 paquetes	S/. 11.30	S/. 113.00
			S/. 462.90

COFEEBREAK			
PARTIDA	CANT.	P. U	COSTO TOTAL
- Néctar Pulp Piña 1L	40 paquetes	S/. 35.40	S/. 1,416.00
- Galletas Soda V	50 docenas	S/. 15.70	S/. 785.00
			S/. 2,201.00

HONORARIOS					
PARTIDA	CANT	HRA.	SESION	COSTO UNITARRIO	COSTO TOTAL
- Representante de la organización	01	1 hora.	14	S/. 80.00	S/. 1,120.00
					S/. 1,120.00

- Total, de presupuesto S/. 3,633.90

h) Viabilidad

- La implementación de la estrategia, promover y ejecutar proyectos para la mejora del funcionamiento de los departamentos de trabajo, es factible debido a que los recursos requeridos para su aplicación por la institución son accesibles, así mismo su ejecución generará una mayor ejecución de proyectos que ayuden a los trabajadores a fortalecer las capacidades.

i) Mecanismo de control

- Nivel de aceptación de las propuestas de fortalecimiento.
- Nivel de mejora en los procesos para dar solución a problemas.

ESTRATEGIA DA: Promover al cliente a visitar nuestras sucursales a través de publicidad, ofertas y promociones.

- a) Descripción de la estrategia - La estrategia se basa en promover a que el cliente visite nuestras sucursales a través de la publicidad, ofertas y promociones que son ofrecidas en tienda para poder con ello cubrir las necesidades básicas que requieren los clientes.
- b) Tácticas - Aprovechar la evolución del comercio electrónico.
- Aprovechar el soporte del comercio electrónico.
- c) Programa estratégico - La presente estrategias se llevará a cabo en los periodos mensuales de enero hasta abril del 2020, las cuales serán establecidos en relación al representante de la organización, el cual debe cumplir con los lineamientos establecidos en el cronograma.
- d) Responsable - Representante de la organización.
- e) Recursos - Recursos humanos
- Recursos materiales y físicos
- Recursos económicos y financieros

f) Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	ENE				FEB				MAR				ABR				MAY				JUN			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Elaborar un cronograma de promoción a nuestros clientes.																								
2. Revisar el portal web y Stalkear las visitas de nuestros clientes.																								
3. Ejecutar talleres para capacitar a los trabajadores de promoción.																								
4. Supervisar su adecuado cumplimiento																								
5. Evaluar los resultados.																								

MATERIALES DE OFICINA								
g) Presupuesto	PARTIDA		CANT.	P. U		COSTO TOTAL		
		– Lapiceros mixtos		10 docenas	S/.	7.60	S/.	76.00
	– Plumones mixtos		02 docenas	S/.	25.30	S/.	50.60	
	– Hojas dinas A4		05 paquetes	S/.	12.20	S/.	61.00	
	– Sobre manila A4		05 paquetes	S/.	11.30	S/.	56.50	
						S/.	244.10	
SERVICIOS ADICIONALES								
	PARTIDA		CANT.	P. U		COSTO TOTAL		
		– Diseño gráfico publicitario		Global	S/.	140.00	S/.	140.00
COFEEBREAK								
	PARTIDA		CANT.	P. U		COSTO TOTAL		
		– Néctar Pulp Piña 1L		25 paquetes	S/.	35.40	S/.	885.00
	– Galletas Soda V		40 docenas	S/.	15.70	S/.	628.00	
						S/.	1,513.00	
HONORARIOS								
	PARTIDA	CANT.	HRA.	SESION	COSTO		COSTO TOTAL	
					UNITARRIO			
	– Representante de la empresa	01	1 hora.	16	S/.	80.00	S/.	1,280.00
							S/.	1,280.00

- Total, de presupuesto S/. 3,177.10

h) Viabilidad La implementación de la estrategia, promover al cliente a visitar nuestras sucursales a través de publicidad, ofertas y promociones, es factible debido a que los recursos requeridos para su aplicación por la institución son accesibles en función a la población que labora en la institución.

i) Mecanismo de control

- Nivel de desconfianza de las operaciones por internet.
- Nivel de acceso online seguro.
- Nivel de desarrollo del comercio electrónico.

ESTRATEGIA FA: Establecer estrategias que permitan estabilizar las demandas de todos los clientes en todas las sucursales para seguir siendo un supermercado líder.

- a) Descripción de la estrategia - La estrategia se basa esencialmente en establecer estrategias que permitan estabilizar las demandas de todos los clientes a nivel nacional para poder conseguir con ello estabilidad y liderazgo n el mundo de los supermercados, con la finalidad de que puedan obtener aplicativos que permita esencialmente a obtener información veraz sobre la cantidad de los productos.
- b) Tácticas - Fortalecer la búsqueda de información de los productos
- c) Programa estratégico - La presente estrategias se llevará a cabo en los periodos mensuales de marzo hasta mayo del 2020, las cuales serán establecidos en relación al representante de la institución, el cual debe cumplir con los lineamientos establecidos en el cronograma.
- d) Responsable - Representante de la Organización.
- e) Recursos - Recursos humanos
- Recursos materiales y físicos
- Recursos económicos y financieros

f) Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	ENE				FEB				MAR				ABR				MAY				JUN			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Analizar																								
2. Seleccionar los aplicativos con mayor seguridad																								
3. Orientar a la población y difundir la información																								
4. Supervisar su adecuado cumplimiento																								
5. Evaluar los resultados.																								

MATERIALES DE OFICINA						
g) Presupuesto	PARTIDA	CANT.	P. U	COSTO TOTAL		
	– Lapiceros mixtos	06 docenas	S/. 7.60	S/.	S/.	45.60
	– Plumones mixtos	02 docenas	S/. 25.30	S/.	S/.	50.60
	– Hojas dinas A4	05 paquetes	S/. 12.20	S/.	S/.	61.00
	– Sobre manila A4	04 paquetes	S/. 11.30	S/.	S/.	45.20
					S/.	202.40
SERVICIOS ADICIONALES						
	PARTIDA	CANT.	P. U	COSTO TOTAL		
	Diseño gráfico publicitario	Global	S/. 250.00	S/.	S/.	250.00
	Difusión en redes externos	Global	S/. 90.00	S/.	S/.	90.00
	Difusión radial	Global	S/. 100.00	S/.	S/.	100.00
					S/.	440.00
COFEEBREAK						
	PARTIDA	CANT.	P. U	COSTO TOTAL		
	– Néctar Pulp Piña 1L	05 paquetes	S/. 35.40	S/.	S/.	177.00
	– Galletas Soda V	07 docenas	S/. 15.70	S/.	S/.	109.90
					S/.	286.90
HONORARIOS						
	PARTIDA	CANT.	HRA.	SESION	COSTO UNITARRIO	COSTO TOTAL
	Representante	01	1 hora.	11	S/. 80.00	S/.
						880.00
						S/.
						1,320.00
	- Total, de presupuesto S/. 2,249.30					
h) Viabilidad	- La implementación de la estrategia, permite facilitar a los clientes poder obtener mayor cobertura de los productos con los que cuenta la empresa para poder abastecer sus necesidades.					
i) Mecanismo de control	- Nivel de frecuencia de compra					

ESTRATEGIA DA: Crear estrategias para capacitar al personal con cursos y actividades educativas.

- a)** Descripción de la estrategia - La estrategia se basa fundamentalmente a orientar los colaboradores con actividades que contribuyan a su crecimiento laboral y logrando con ello se puedan sentir motivados para que puedan encaminar sus objetivos a un logro que los ayude a estar motivados. la población milenio de la ciudad de Piura, a generar una clave óptima y segura para realizar su compra, con el propósito de que se sientan seguros al momento de digital electrónicamente su acceso y transferir los pagos por los diferentes medios o condiciones, evitando algunas estafas en función a la utilización de las plataformas virtuales, debido a que son más las empresas que ofertan por este medio.
- b)** Tácticas - Fortalecer la seguridad del personal
- c)** Programa estratégico - La presente estrategias se llevará a cabo en los periodos mensuales de marzo hasta mayo del 2020, las cuales serán establecidos en relación al representante de la institución, el cual debe cumplir con los lineamientos establecidos en el cronograma.
- d)** Responsable - Representante organizacional.
- e)** Recursos - Recursos humanos
- Recursos materiales y físicos
- Recursos económicos y financieros

f) Cronograma de actividades

PERIODOS ACTIVIDADES	ENERO				FEBRER O				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO		
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
	1. Elaborar el tema de capacitación y fortalecimiento de capacidades																						
2. Realizar una invitación a todos los colaboradores																							
3. Evaluar la aceptación de la capacitación aplicada.																							
4. Supervisar su adecuado cumplimiento																							
5. Evaluar los resultados.																							

g) Presupuesto	MATERIALES DE OFICINA				
	PARTIDA	CANT.	P. U		COSTO TOTAL
	– Lapiceros mixtos	07 docenas	S/.	7.60	S/. 60.80
	– Plumones mixtos	02 docenas	S/.	25.30	S/. 50.60
	– Hojas dinas A4	05 paquetes	S/.	12.20	S/. 48.80
	– Sobre manila A4	04 paquetes	S/.	11.30	S/. 55.20
					S/. 205.40
	COFEEBREAK				
	PARTIDA	CANT.	P. U		COSTO TOTAL
	– Néctar Pulp Piña 1L	20 paquetes	S/.	35.40	S/. 708.00
	– Galletas Soda V	25 docenas	S/.	15.70	S/. 345.40
					S/. 1,053.40
	HONORARIOS				
	PARTIDA	CANT.	HRA.	SESION	COSTO UNITARRIO
	– Representante de Indecopi	01	1 hora.	13	S/. 80.00
	- Total, de presupuesto S/. 2,430.50				
h) Viabilidad	- La implementación de la estrategia, está orientada a elaborar talleres de fortalecimiento de capacidades de los trabajadores con el fin de que se sientan motivados y capaces de poder cumplir con los objetivos personales y organizacionales.				
i) Mecanismo de control	- Nivel de satisfacción en base a la capacitación.				

RESUMEN		
	ESTRATEGIAS A IMPLEMENTAR	COSTO
Estrategia FO	Promover y ejecutar proyectos que mejoren el funcionamiento de cada departamento para minimizar las fallas.	S/. 3,633.90
Estrategia DO	Promover al cliente a visitar nuestras sucursales a través de publicidad, ofertas y promociones.	S/. 3,177.10
Estrategia FA	Establecer estrategias que permitan estabilizar las demandas de todos los clientes en todas las sucursales para seguir siendo un supermercado líder.	S/. 2,249.30
Estrategia DA	Crear estrategias para capacitar al personal con cursos y actividades educativas.	S/. 2,430.50
COSTO TOTAL EMPLEADO EN LAS ESTRATEGIAS		S/. 11,490.80

Fuente; Elaboración propia.

7. Análisis de costo / efectividad

La ejecución del presente plan estratégico en función a las decisiones que deben tener en cuenta los colaboradores de la organización en base a la elección de los clientes para que ellos puedan sentirse motivados, puedan resolver inconvenientes y puedan sentirse capaces de lograr objetivos asciende un S/. 11,490.80 siendo factible y logrando un impacto favorable en función al entorno social.

VI. CONCLUSIONES

1. Se comprobó la existencia de una relación entre las variables de estudio Empowerment y Motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A. Sullana, Piura, por lo que se obtuvo un índice de confiabilidad donde el valor obtenido fue de 0,729 lo cual demuestra que se relacionan significativamente.
2. Además de haber aplicado el procesamiento de datos estadísticos se consiguió determinar que la dimensión Poder se relaciona con la variable Motivación Laboral lo cual permitió verificar que los colaboradores usualmente hacen uso del poder para decidir sobre las situaciones críticas que se suelen presentar en su puesto de trabajo; por lo que se constató también que las decisiones que se suelen tomar siempre están ligadas a consultas previas con los jefes inmediatos.
3. Asimismo, la dimensión en estudio autoridad de igual manera se comprobó que se relaciona con la variable dependiente Motivación laboral por lo que generalmente los trabajadores tienen la facultad de poder realizar sugerencias y poder influir sobre los integrantes de su equipo con la finalidad de contribuir con nuevos conocimientos y expectativas personales e institucionales.
4. Por otro lado, se demostró que la dimensión responsabilidad se relaciona significativamente con la Motivación laboral por lo que evidencia que los trabajadores de Supermercados Peruanos son personas comprometidas y que les agrada el cumplimiento de las actividades a tiempo con el fin de lograr con las metas y objetivos de la empresa obteniendo así beneficios para su desarrollo personal y profesional.
5. En conclusión, se constató que la dimensión autonomía se relaciona elocuentemente con la Motivación laboral demostrando aceptación y compromiso con la organización lo que permite que la institución incremente sus activos y su estabilidad financiera y económica lo cual permite ofrecer trabajo a personas con ganas de emprender y sobresalir en el mundo laboral.

VII. RECOMENDACIONES

1. Con respecto a los resultados alcanzados durante la indagación demuestran la existencia y relación entre el Empowerment y la Motivación Laboral, por lo cual se recomienda a Supermercados Peruanos (Economax y Plaza Veja) Sullana, Piura que efectúen la capacitación constante del personal para que puedan así generar la posibilidad que todos los trabajadores puedan tomar sus propias decisiones sin tener la necesidad o dependencia del jefe lo cual permitirá que se sientan con mayor motivación al momento de efectuar sus labores.
2. Asimismo se obtuvo un porcentaje que indica que el Empowerment que se posee en la empresa es elevado; por lo que se sugiere al personal encargado de la GTH desarrollar capacidades, sus habilidades en los colaboradores con el fin de poder obtener la autorización y voto de seguridad por intermedio de su jefe inmediato; además la aplicación de esta estrategia beneficiará a que los trabajadores se sientan motivados en poder efectuar sus actividades laborales sin tener dependencia de la autorización o visto bueno del jefe; porque ellos ya tendrán el conocimiento para poder realizarlo sin tener duda alguna y además sentirán mayor compromiso con la organización, sus metas y objetivos.
3. Finalmente, se puede recomendar con respecto al resultado obtenido al nivel de motivación que se emplea en la empresa desarrollar actividades que ayuden a integrar las habilidades y capacidades tanto individual como conjuntamente para lograr con ello una mayor productividad, por lo que esto se verá reflejado por medio de la motivación y la actitud que le sitúe el colaborador con el fin de efectuar en bien con sus labores correspondientes.

REFERENCIAS

- Blanchard, K. (2011). *Empowerment. Tres claves para que el proceso de facultar a los empleados funcione en su empresa*. Santa Fe de Bogotá. Editorial Norma.
- Bernal, C (2010) *Metodología de la investigación*. Tercera edición PEARSON EDUCACIÓN, Colombia, 2010. Recuperado de: https://danilotejeda.files.wordpress.com/2013/05/mi_v_bernal_ruta.pdf
- Cálix, C, ét. ál. (2016) *revista indexada el rol del empowerment en el éxito empresarial*, Unidad Santo Tomás Distrito Federal, México. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456046142002>
- Castillo, L. (2013) *El comportamiento del consumidor ante el diseño del punto de venta virtual: efectos e interacciones*. Recuperado de: <https://ruidera.uclm.es/xmlui/bitstream/handle/10578/946/213%20El%20comportamiento%20del%20consumidor%20ante%20el%20dise%C3%B1o%20del%20punto%20de%20venta%20virtual.pdf?sequence=1>.
- Cócheres, L (2014) *Cócheres (2014) El Empowerment y su efecto en la calidad al servicio al cliente, del restaurant “Al Paso” Valle de Yunguilla*; universidad Técnica de Ambato en la Ciudad de Ambato – Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/7107>
- Escuela de negocios y dirección Busuiness Review (2014) Recuperado de: <https://br.escueladenegociosydireccion.com/business/rr-hh/empowerment-el-poder-de-delegar/>
- Equilibrium Clasificadora de Riesgo S.A (Julio, 2017): Recuperado de: <http://www.equilibrium.com.pe/sectorialretailmar17.pdf>
- De León, M (2018) *liderazgo y empoderamiento realizado a los colaboradores del área de ventas de la empresa Decorabaños S.A*, Ciudad de Quetzaltenango, Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/publijrcifuentes/TESIS/2018/05/43/DeLeon-Pablo.pdf>
- Diario andina (2018) *noticiero nacional*; recuperado de: <https://andina.pe/agencia/busqueda.aspx?search=julio+2018%2c+empowerment>
- Díaz, M, Díaz, H y Morales, J (2014) *Motivación laboral en trabajadores de empresas formales*, ciudad de Bogotá. Revista Iberoamericana de Psicología: Ciencia y

- Tecnología, 7(1), 59-77. Recuperado de:
<https://revistas.iberoamericana.edu.co/index.php/ripsicologia/article/view/482/447>
- Flores, N (2017) *El empowerment y la productividad en la empresa industrias y servicios El Tigre S.A*, en el distrito de Comas año 2017, en la Universidad Cesar Vallejo de la escuela de posgrado recuperado de:
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/13871/Flores_QDR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Diario Gestión (2017) Recuperado de: <https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/motivar-colaboradores-incrementar-productividad-80-135636>
- Gutiérrez, J (2015) *manejo efectivo del empowerment en los gerentes de las multinacionales*, Ciudad de Colombia, de la facultad de ciencias económicas del programa de especialización en alta gerencia de la Universidad Militar Nueva Granada en la ciudad de Colombia en el año 2015. Recuperado de:
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/14091/TRABAJO%20FINAL%20EMPOWERMENT%20-%20SXGA%20-UMNG.pdf;jsessionid=74E4E97A4FD7282F1FAD04274D7CC206?sequence=2>
- Hernández, Fernández y Baptista (2014) *metodología de la investigación*: 5ta edición. Recuperado de:
https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Herrera, C. (2012), “Empowerment y liderazgo”, *Administrare hoy*, No. 98, México, Junio, pp.17-27.
- Kayser, H (2019) *diario El País*. Recuperado de:
https://elpais.com/economia/2019/01/04/actualidad/1546594591_111942.html
- Larico, L (2015) *Factores Motivadores Y Su Influencia En El Desempeño Laboral De Los Trabajadores De La Municipalidad Provincial De San Román*, Juliaca, Universidad Andina “Néstor Cáceres Velásquez”. Recuperado de:
<http://repositorio.uancv.edu.pe/bitstream/handle/UANCV/453/TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lock, D (2017) *el empowerment y la motivación laboral en el personal administrativo del ministerio público, ciudad de Chimbote*. Recuperado de:
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/12113/lock_bm.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- López, C (2015) *Empoderamiento y satisfacción laboral como un estudio realizad con los colaboradores del área administrativa*; Universidad Rafael Landívar en la facultad de humanidades en el año 2015 en la ciudad de Quetzaltenango. Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2015/05/43/Lopez-Leslie.pdf>
- Lussier, M (2011) *Liderazgo, teoría, motivación y aplicación de habilidad*. Recuperado de: <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MSCG/Enfasis-EEG/EEG-11/libro-general.pdf>
- Morán, J y Samillán, L (2017) *influencia del clima laboral, en la motivación laboral del personal administrativo de la universidad César Vallejo*, Piura, 2015 Recuperado de: <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12493/Moran%20Alva%20Federico%20del%20Cid.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Noreña, A., Alcaraz, N., Rojas, J., y Rebolledo, D. (2012) *Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa*. Aquichán Col. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=741249480>
- Peña, S y Villón, D (2018) *Motivación Laboral. Elemento Fundamental en el Éxito Organizacional*, La Libertad-Ecuador. Recuperado de: <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2018.3.7.9.177-192>
- Román, C, et.al. (2016) *Estudios Gerenciales vol. 32, núm. 139, abril-junio, 2016, pp. 154-161*, Universidad ICESI Cali, Colombia Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21246274006>
- Robbins, S., y Coulter, M. (2010) *Administración*. México D.F.: Pearson Educación.
- Ruiz, E., Gago, M, García, C., y López, S. (2013). *Recursos Humanos y Responsabilidad Social Corporativa*. España: McGraw-Hill/ Interamericana de España S.A.
- Sarmiento, D. (2016) *Relación entre clima organizacional y motivación laboral en Sedalib S.A*, Trujillo 2016, Perú: Universidad Cesar Vallejo. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/UCV/456/1/sarmiento_pd.pdf
- Snell, J y Bateman, M (2009) *Administración su Liderazgo y colaboración en un mundo competitivo*. Perú. Recuperado el 25 de mayo del 2017 <https://www.freelibros.org/administracion/administracion-8va-edicion-thomas-s-bateman.html>
- Vilela, J (2014) *influencia del marketing interno en la motivación de los colaboradores de la empresa böhler*, cercado de lima – año 2014. Perú: Universidad Cesar

Vallejo. Recuperado el 22 de mayo de 2017 de:
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/UCV/92/1/vilela_am.pdf

Wilson, T. (2011) *manual del empowerment, como conseguir lo mejor de sus colaboradores*: Ediciones Gestión 2000

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Tema	Problema de la Investigación	Objetivos de la Investigación	Hipótesis de la Investigación	Método
<p>Empowerment y la motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A. Sullana, Piura, 2019.</p>	<p>Problema General: ¿Existe relación entre el Empowerment y la motivación laboral de los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Piura, 2019?</p> <p>Problemas Específicos: P.E.1: ¿Existe relación entre el poder y la motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura? P.E.2: ¿Existe relación entre autoridad y la motivación laboral en el Empowerment de los colaboradores de</p>	<p>Objetivo General: Determinar en qué medida se relaciona el Empowerment sobre la motivación laboral de los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura, 2019.</p> <p>Objetivos Específicos: O.E.1: Determinar en qué medida se relaciona el poder sobre la motivación que presentan los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura. O.E.2: Diferenciar en qué medida se relaciona la autoridad sobre la motivación laboral en los colaboradores de</p>	<p>Hipótesis General: H0: No Existe relación entre el Empowerment y la motivación laboral de los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura, 2019.</p> <p>Hipótesis Específicas: H.E.1: Se relaciona el poder con la motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura. H.E.2: Se relaciona la autoridad con la motivación laboral de los colaboradores de Supermercados</p>	<p>Tipo de Investigación: ✓ Descriptiva, correlacional, transversal.</p> <p>Diseño de la Investigación: ✓ No experimental.</p> <p>Enfoque: ✓ Cuantitativo.</p> <p>Población: ✓ Trabajadores de los diferentes turnos de Supermercados Plaza Veá y Economáx.</p>

Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura?	Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura.	Peruanos S.A., Sullana, Piura.	Muestra
P.E.3: ¿Existe relación entre la responsabilidad y la motivación laboral de los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Piura?	O.E.3: Determinar la relación existente entre la responsabilidad y la motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura.	H.E.3: Se relaciona la responsabilidad con la motivación de los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura.	✓ La muestra es semejante al tamaño de la población (92 trabajadores)
P.E.4: ¿Existe relación entre la autonomía y la motivación laboral de los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Piura?	O.E.4: Determinar la relación existente entre la autonomía y la motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura.	H.E.4: Se relaciona la autonomía con la motivación de los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A., Sullana, Piura.	Técnica: ✓ Encuesta.
			Instrumento: ✓ Cuestionario.

Fuente: Elaboración propia.



ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Estimado propietario y/o responsable, reciba un cordial saludo, el presente cuestionario es de carácter confidencial que tiene como propósito principalmente recolectar datos e información necesaria que sustente el estudio, en relación a: “

Empowerment y la motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A. Sullana, Piura, 2019”. Agradeciendo su apoyo y colaboración:

I. INSTRUCCIONES:

Lea cuidadosamente cada ítem y marque con una (X) la calificación que considera adecuada teniendo en cuenta la siguiente escala: (5) Siempre (4) Casi Siempre (3) A veces (2) Casi Nunca (1) Nunca.

Dimensiones	Indicadores	Ni Ítems	Descripción	Escala de medida				
				5	4	3	2	1
Poder	Control Ética	01	Tengo el control dentro del área donde trabajo					
		02	El poder que tengo en mi puesto de trabajo me genera un sentimiento de satisfacción					
		03	Considero que me he ganado el derecho de ser poseedor de mi puesto de trabajo					
Autoridad	Aceptación de sugerencias Capacidad de influir	04	Mis compañeros generalmente aceptan mis sugerencias en relación a las tareas a realizar					
		05	Se interesa usted por influir ante los demás contribuyendo con nuevos conocimientos					
Responsabilidad	Compromiso Interés	06	Cuando se me solicita realizar alguna tarea pongo interés en hacerla					

			de la mejor manera posible.					
		07	Me siento comprometido a realizar bien mi trabajo					
Autonomía	Toma de decisiones propias Confianza	08	En el cargo que me encuentro tengo la potestad de tomar mis propias decisiones					
		09	Constantemente toma usted decisiones importantes en su puesto de trabajo					
		10	Mis superiores confían en mis decisiones					
		11	Conozco bien las funciones de mi puesto de trabajo					
		12	Expongo mi punto de vista ante cualquier decisión que se vara a tomar en mi área de trabajo					
		13	Se toman en cuenta las ideas que brindo a la empresa					

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 3: Cuestionario



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Estimado propietario y/o responsable, reciba un cordial saludo, el presente cuestionario es de carácter confidencial que tiene como propósito principalmente recolectar datos e información necesaria que sustente el estudio, en relación a: “

Empowerment y la motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A. Sullana, Piura, 2019”. Agradeciendo su apoyo y colaboración:

II. INSTRUCCIONES:


Lea cuidadosamente cada ítem y marque con una (X) la calificación que considera adecuada teniendo en cuenta la siguiente escala: (5) Siempre (4) Casi Siempre (3) A veces (2) Casi Nunca (1) Nunca.

Dimensiones	Indicadores	N° Ítems	Descripción	Escala de medida				
				5	4	3	2	1
Motivación De Contenido	De logro De afiliación Equidad	01	Se esfuerza constantemente por lograr nuevas metas en su trabajo					
		02	Cuando se le presentan dificultades, lucha con mayor persistencia para superarlas					
		03	Le gusta asumir nuevos retos					
		04	Evita los conflictos y no entra en discusiones					
		05	Se siente a gusto trabajando con los demás					
		06	Considera que en la empresa todos los trabajadores son tratados por igual					
Motivación De Proceso	Expectativas Personales Establecimiento de metas	07	En la empresa existen posibilidades de progresar					
		08	En su área laboral, existen mejores posibilidades de progresar que en las otras áreas					
		09	Regularmente se plantea nuevas metas personales en la empresa					

		10	En el área donde trabaja se planifican las metas con anterioridad					
Motivación De Reforzamiento	Programas de Capacitación Castigos Percibidos	11	La organización en la cual labora ofrece programas de capacitación para desarrollar correctamente sus actividades					
		12	Cuando incumple con las tareas encargadas, la empresa castiga a los trabajadores					

Fuente: Elaboración propia

Anexo 4: Guía de entrevista

ESCUELA		UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN		
GUÍA DE ENTREVISTA APLICADA A LOS GESTORES DEL TALENTO HUMANO DE PLAZA VEA Y ECONOMAX - SULLANA.		
Aplicado a:		
.....		
PODER		
CONTROL, ETICA		
1.		
AUTORIDAD		
ACERTACIÓN DE SUGERENCIAS, CAPACIDAD DE INFLUIR		
2.		
RESPONSABILIDAD		
COMPROMISO, INTERÉS		
3.		
AUTONOMÍA		
TOMA DE DECISIONES PROPIAS, CONFIANZA		
4.		
MOTIVACIÓN DE CONTENIDO		
DE LOGRO, DE AFILIACIÓN, EQUIDAD		
5.		
MOTIVACIÓN DE PROCESO		
EXPECTATIVAS PERSONALES, ESTABLECIMIENTO DE METAS		
6.		
MOTIVACIÓN DE REFORZAMIENTO		
PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN, CASTIGOS PERCIBIDOS		
7.		

Fuente: Elaboración propia

Anexo 5: Matriz de instrumento

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA / INSTRUMENTO	INSTRUMENTO Cuestionario N° DE ÍTEM S	ÍTEMS
<p>P.G:</p> <p>¿Existe relación entre el Empowerment y la motivación laboral de los colaboradores de Supermercados Peruanos</p>	<p>O.G:</p> <p>Determinar en qué medida se relaciona el Empowerment sobre la motivación laboral de los colaboradores de Supermercados Peruanos</p>	<p>H0: No existe relación entre el Empowerment y la motivación laboral de los colaboradores de Supermercados Peruanos</p>	<p>X1:</p> <p>Empowerment</p>	X1.1	<p>Control Ética</p> <p>Aceptación de sugerencias</p> <p>Capacidad de influir</p> <p>Compromiso</p> <p>Interés</p> <p>Encuesta / Cuestionario</p> <p>Toma de decisiones propias</p> <p>Confianza</p>	<p>3</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>5</p>	<p>1, 2, 3</p> <p>3, 4</p> <p>5, 6</p> <p>7, 8, 9, 10, 11, 12</p>
				X1.2			
				X1.3			
				X1.4			
				X1.5			
				X1.6			
				X1.7			
				X1.8			
				X1.9			
				X1.10			
X1.11	<p>Y2.1</p>	<p>De logro</p>	<p>1, 2, 3</p>				
X1.12							
		H1:	Y2:	Y2.1	De logro		1, 2, 3

S.A., 2019?	Piura, Piura, 2019.	S.A., Sullana, Sullana, 2019.	Existe relación entre el Empowermen t y la motivación laboral de los colaboradores de Supermercado s Peruanos S.A., Sullana, Piura, 2019.	Motivación laboral	Y2.2 Y2.3 Y2.4 Y2.5 Y2.6 Y2.7 Y2.8 Y2.9 Y2.1 0	De afiliación Equidad Expectativas Personales Establecimient o de metas Programas de Capacitación Castigos Percibidos	Encuesta / Cuestionario	3 5 2	 4, 5, 6, 7, 8 9, 10
----------------	------------------------	-------------------------------------	---	-------------------------------	---	--	----------------------------	---------------------	---------------------------------------

Fuente: Elaboración propia

Anexo 6: Instrumento de Confiabilidad.

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	---	-----------------------

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTE	:	Maldonado Olaya Kella Jasminda
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	:	Empowerment y Motivacion laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S. A, Sullana, Piura, 2019.
1.3. ESCUELA PROFESIONAL	:	Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)	:	Cuestionario
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	:	KR-20 kuder Richardson ()
	:	Alfa de Cronbach. (x)
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	:	18 de Octubre del 2019
1.7. MUESTRA APLICADA	:	10

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0,729
------------------------------------	--------------

III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (Items iniciales, items mejorados, eliminados, etc.)

Se ha elaborado un cuestionario de 30 preguntas y se aplicó una muestra piloto de 20 personas para la investigación denominada: "Empowerment y Motivacion laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S. A, Sullana, Piura, 2019". Los datos de las encuestas fueron tabulados y llenados en el software SPSS V 25.0. Se demuestra que la escala del Coeficiente de Cronbach es 0,729. Lo que significa que existe confiabilidad del instrumento.

Estudiante:
DNI :

Docente :


MARIELA L. CORDOVA ESPINOZA
LIC. EN ESTADISTICA
COESPE 676

Anexo 7: Constancia de Validación



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Freddy Castillo Palacios, con DNI N° 02842237 Doctor
 en Ciencias Administrativas con mención en Dirección de Empresas Magister
 N° ANR: #202520 de profesión Lic. en Gestión Administrativa
 desempeñándome actualmente como Docente T.P.
 en U.C.V. Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Guía de Pautas y Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Empowerment y la motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A. Sullana, Piura, 2019.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓


 Freddy Castillo Palacios
 DNI N° 02842237

Empowerment y la motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A. Sullana, Piura, 2019.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 14 días del mes de octubre del Dos mil Diecinueve.



F. Castillo Palacios
REG. UNIC. DE COLEG. N° 843

Mgr.
DNI
Especialidad :
E-mail :

02842237
Administración / Investigación
fcastilla30@hotmail.com

“Empowerment y la motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A. Sullana, Piura, 2019.”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	5	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		0	5	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																					96
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																					96
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																					96
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus items																					96
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																					96




 Facultad de Educación
 Universidad César Vallejo

6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																		96	
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																		96	
8. Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores																		96	
9. Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																		96	

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Piura, 14 de octubre de 2019.

W. Castillo Palacios
REG. Nº 1112 DE COLEG. Nº 843

Mgtr.:
DNI: 02842237
Teléfono: 969584019
E-mail: fcastilla30@hotmail.com



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Carlos Antonio Aguayo Corvera con DNI N° 06437510 Magister en Administración de Negocios
 N° ANR: de profesión Licenciado en Administración desempeñándome actualmente como Docente a tiempo completo en la Universidad César Vallejo de Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

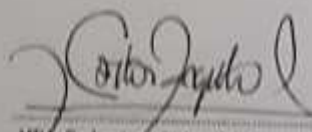
Guía de Pautas y Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Empowerment y la motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A. Sullana, Piura, 2019.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	

Empowerment y la motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A. Sullana, Piura, 2019.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 14 días del mes de octubre del Dos mil Diecinueve.



MBA. Carlos Antonio Angulo Corcuera
 Magister en Administración de Negocios
 Licenciado en Administración
 CLAD: N° 18480

Mgr.
 DNI
 Especialidad:
 E-mail

Carlos Antonio Angulo Corcuera
 00437510
 MARKETING - GTH
 ccorcuera85@netnet.com

“Empowerment y la motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A. Sullana, Piura, 2019.”

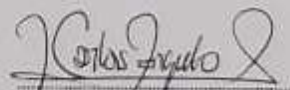
FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Buena 41 - 60					Muy Buena 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96						
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100						
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				95						
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																				95						
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																				92						
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																				93						
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																				95						

6.Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																			76
7.Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																			92
8.Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores																			94
9 Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																			95

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Piura, 14 de octubre de 2019.



MBA Carlos Antonio Angulo Corcuera
 Magíster en Administración de Negocios
 Licenciado en Administración
 CLAD. N° 18480

Mgtr.: Carlos Antonio Angulo Corcuera
 DNI: 060437510
 Teléfono: 947055845
 E-mail: c.angulo85@hotmail.com

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Griska Liliana Susy Chango con DNI N° 45361468 Magister
 en Gestión Pública
 N° ANR 23374 de profesión Lic. Administración
 desempeñándome actualmente como D.T.C
 en UCV - Piura

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Guía de Pautas y Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Empowerment y la motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A. Sullana, Piura, 2019.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	

Empowerment y la motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A. Sullana, Piura, 2019.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				/	
2. Objetividad				/	
3. Actualidad				/	
4. Organización				/	
5. Suficiencia				/	
6. Intencionalidad				/	
7. Consistencia				/	
8. Coherencia				/	
9. Metodología				/	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 14 días del mes de octubre del Dos mil Diecinueve.

Erica Julissa SySy Chamberg

Mgtr. : Erica Julissa SySy Chamberg
 DNI : 45361468
 Especialidad : Lic. Administración
 E-mail : ericka147@hotmail.com

“Empowerment y la motivación laboral en los colaboradores de Supermercados Peruanos S.A. Sullana, Piura, 2019.”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado	5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																80					
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																80					
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus items																80					
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																80					

Anexo 8: Tablas del Cuestionario Aplicado

1. Tengo el control dentro del área donde trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	4	4,3	4,3	4,3
	CASI NUNCA	13	14,1	14,1	18,5
	A VECES	16	17,4	17,4	35,9
	CASI SIEMPRE	29	31,5	31,5	67,4
	SIEMPRE	30	32,6	32,6	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

El 32,6% de los trabajadores encuestados respondieron que siempre tienen el control dentro del área donde efectúan sus labores; mientras que el 4,3% de ellos respondió que nunca predomina el control en su centro de trabajo; en cambio el 14,1% aseveró que casi nunca predomina el control en su centro de trabajo, el 17,4% dijo que a veces predomina el control en su centro de trabajo y el otro 31,5% aseguró que casi siempre predomina el control en su centro de trabajo.

2. El poder que tengo en mi puesto de trabajo me genera un sentimiento de satisfacción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	4	4,3	4,3	4,3
	CASI NUNCA	26	28,3	28,3	32,6
	A VECES	9	9,8	9,8	42,4
	CASI SIEMPRE	15	16,3	16,3	58,7
	SIEMPRE	38	41,3	41,3	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Se obtuvo mediante la aplicación del cuestionario que el 41,3% de los colaboradores siempre hacen el uso del poder en su puesto de trabajo para generar sentimientos de satisfacción para consigo mismos; mientras que el 4,3% nunca utiliza el del poder en su puesto de trabajo para generar sentimientos de satisfacción para consigo mismos; el 9,8% a veces utiliza el del poder en su puesto de trabajo para generar sentimientos de satisfacción para consigo mismos; el 16,3% casi siempre utiliza el del poder en su puesto de trabajo para generar sentimientos de satisfacción para consigo mismos y el 28,3 casi nunca utiliza el del poder en su puesto de trabajo para generar sentimientos de satisfacción para consigo mismos.

3. Considero que me he ganado el derecho de ser poseedor de mi puesto de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	11	12,0	12,0	12,0
	CASI NUNCA	17	18,5	18,5	30,4
	A VECES	18	19,6	19,6	50,0
	CASI SIEMPRE	18	19,6	19,6	69,6
	SIEMPRE	28	30,4	30,4	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Se considera que el 30,4% de los colaboradores se ha ganado el derecho de ser poseedor de su puesto de trabajo; en tal razón el 12,0% refiere que nunca ha ganado el derecho de ser poseedor de su puesto de trabajo; el 18,5% aseguró que casi nunca ha ganado el derecho de ser poseedor de su puesto de trabajo, el 19,6% a veces y casi siempre ha ganado el derecho de ser poseedor de su puesto de trabajo.

4. Mis compañeros generalmente aceptan mis sugerencias en relación a las tareas a realizar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	12	13,0	13,0	13,0
	A VECES	11	12,0	12,0	25,0
	CASI SIEMPRE	42	45,7	45,7	70,7
	SIEMPRE	27	29,3	29,3	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

El 45,7% de los trabajadores afirma que sus compañeros por lo general casi siempre aceptan sus sugerencias en relación a las actividades a realizar; por otro lado, el 12,0% asegura que a veces sus compañeros aceptan sus sugerencias en relación a las actividades a realizar, el 13,0% afirma que casi nunca sus compañeros aceptan sus sugerencias en relación a las actividades a realizar, finalmente el 29,3% dijo que siempre sus compañeros aceptan sus sugerencias en relación a las actividades a realizar.

5. Se interesa usted por influir ante los demás contribuyendo con nuevos conocimientos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	7	7,6	7,6	7,6
	CASI NUNCA	17	18,5	18,5	26,1
	A VECES	15	16,3	16,3	42,4
	CASI SIEMPRE	6	6,5	6,5	48,9
	SIEMPRE	47	51,1	51,1	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

El 51,1% de los colaboradores aseguró que siempre se interesa por influir ante los demás para contribuir con nuevos conocimientos; en tanto el 6,5% afirma que casi siempre se interesa por influir ante los demás para contribuir con nuevos conocimientos, mientras el 7,6% asegura que nunca se interesa por influir ante los demás para contribuir con nuevos conocimientos, el 16,3% dijo que a veces se interesa por influir ante los demás para contribuir con nuevos conocimientos y el otro 18,5% respondió que casi nunca se interesa por influir ante los demás para contribuir con nuevos conocimientos.

6. Cuando se me solicita realizar alguna tarea pongo interés en hacerla de la mejor manera posible.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	19	20,7	20,7	20,7
	CASI NUNCA	14	15,2	15,2	35,9
	A VECES	23	25,0	25,0	60,9
	CASI SIEMPRE	12	13,0	13,0	73,9
	SIEMPRE	24	26,1	26,1	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

El 26,1% de los trabajadores de Supermercados Peruanos asegura que siempre presta interés para realizar tareas de la mejor manera posible; mientras que el 13,0% afirmó que casi siempre presta interés para realizar tareas de la mejor manera posible, el 15,2% asegura que casi nunca presta interés para realizar tareas de la mejor manera posible, mientras el 20,7% respondió que nunca presta interés para realizar tareas de la mejor manera posible, por otro lado el 25,0% a veces presta interés para realizar tareas de la mejor manera posible.

7. Me siento comprometido a realizar bien mi trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	14	15,2	15,2	15,2
	CASI NUNCA	27	29,3	29,3	44,6
	A VECES	11	12,0	12,0	56,5
	CASI SIEMPRE	12	13,0	13,0	69,6
	SIEMPRE	28	30,4	30,4	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

El 30,4% de los empleados respondió que siempre se encuentra comprometido a efectuar bien sus labores; mientras que el 12,0% solo afirmó que casi veces se encuentra comprometido a efectuar bien sus labores, el 13,0% solo respondió que casi siempre se encuentra comprometido a efectuar bien sus labores, por otro lado el 15,2% solo aseguró que nunca se encuentra comprometido a efectuar bien sus labores, finalmente el 29,3% dijo que casi nunca se encuentra comprometido a efectuar bien sus labores.

8. En el cargo que me encuentro tengo la potestad de tomar mis propias decisiones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	6	6,5	6,5	6,5
	CASI NUNCA	32	34,8	34,8	41,3
	A VECES	20	21,7	21,7	63,0
	CASI SIEMPRE	18	19,6	19,6	82,6
	SIEMPRE	16	17,4	17,4	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

El 34,8% de los colaboradores respondió que casi nunca tiene la potestad de poder tomar sus propias decisiones; en tanto el 6,5% aseguró que nunca tiene la potestad de poder tomar sus propias decisiones, el 17,4% asevera que siempre tiene la potestad de poder tomar sus propias decisiones, mientras el 19,6% dijo que casi siempre tiene la potestad de poder tomar sus propias decisiones, el otro 21,7% afirma que a veces tiene la potestad de poder tomar sus propias decisiones.

9. Constantemente toma usted decisiones importantes en su puesto de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	10	10,9	10,9	10,9
	CASI NUNCA	25	27,2	27,2	38,0
	A VECES	20	21,7	21,7	59,8
	CASI SIEMPRE	2	2,2	2,2	62,0
	SIEMPRE	35	38,0	38,0	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

El 38,0% de los trabajadores afirmó que siempre toma decisiones constantes e importantes en su puesto de trabajo; mientras que el 2,2% casi siempre toma decisiones constantes e importantes en su puesto de trabajo, el 10,9% de los trabajadores asegura que nunca toma decisiones constantes e importantes en su puesto de trabajo, el 21,7% a veces toma decisiones constantes e importantes en su puesto de trabajo y el 27,2% casi nunca toma decisiones constantes e importantes en su puesto de trabajo.

10. Mis superiores confían en mis decisiones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	12	13,0	13,0	13,0
	CASI NUNCA	19	20,7	20,7	33,7
	A VECES	15	16,3	16,3	50,0
	CASI SIEMPRE	21	22,8	22,8	72,8
	SIEMPRE	25	27,2	27,2	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

El 27,2% de los colaboradores mencionó que siempre sus superiores confían en las decisiones que suelen poner en práctica; por otro lado, el 13,0% aseguró que nunca sus superiores confían en las decisiones que suelen poner en práctica, el 16,3% de los trabajadores respondió que a veces sus superiores confían en las decisiones que suelen poner en práctica; el 22,8% dijo que casi siempre sus superiores confían en las decisiones que suelen poner en práctica; finalmente el 20,7% aseguró que casi nunca sus superiores confían en las decisiones que suelen poner en práctica.

11. Conozco bien las funciones de mi puesto de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	4	4,3	4,3	4,3
	CASI NUNCA	7	7,6	7,6	12,0
	A VECES	20	21,7	21,7	33,7
	CASI SIEMPRE	41	44,6	44,6	78,3
	SIEMPRE	20	21,7	21,7	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

El 44,6% de los empleados afirmó que casi siempre tiene conocimiento de las funciones que se realizan en su área de trabajo; mientras que, el 4,3% nunca tiene conocimiento de las funciones que se realizan en su área de trabajo, el 7,6% casi nunca tiene conocimiento de las funciones que se realizan en su área de trabajo, el otro 21,7% afirma que a veces y siempre tiene conocimiento de las funciones que se realizan en su área de trabajo.

12. Expongo mi punto de vista ante cualquier decisión que se fuera a tomar en mi área de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	29	31,5	31,5	31,5
	A VECES	6	6,5	6,5	38,0
	CASI SIEMPRE	13	14,1	14,1	52,2
	SIEMPRE	44	47,8	47,8	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

El 47,8% de ellos colaboradores siempre expone su punto de vista ante cualquier decisión que se tome en el lugar de trabajo; en tanto el 6,5% casi nunca expone su punto de vista ante cualquier decisión que se tome en el lugar de trabajo, el 14,1% casi siempre expone su punto de vista ante cualquier decisión que se tome en el lugar de trabajo y el 31,5% casi nunca expone su punto de vista ante cualquier decisión que se tome en el lugar de trabajo.

13. Se toman en cuenta las ideas que brindo a la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	4	4,3	4,3	4,3
	CASI NUNCA	10	10,9	10,9	15,2
	A VECES	17	18,5	18,5	33,7
	CASI SIEMPRE	24	26,1	26,1	59,8
	SIEMPRE	37	40,2	40,2	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

El 40,2% de los colaboradores aseguró que siempre se toman en cuenta las ideas que brinda a la empresa; mientras el 4,3% mencionó que nunca se toman en cuenta las ideas que brinda a la empresa, el 10,9% dijo que casi nunca se toman en cuenta las ideas que brinda a la empresa, el 18,5% menciona que a veces se toman en cuenta las ideas que brinda a la empresa y el 26,1% restante dijo que casi siempre se toman en cuenta las ideas que brinda a la empresa.

14. Se esfuerza constantemente por lograr nuevas metas en su trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	12	13,0	13,0	13,0
	CASI NUNCA	21	22,8	22,8	35,9
	A VECES	19	20,7	20,7	56,5
	CASI SIEMPRE	12	13,0	13,0	69,6
	SIEMPRE	28	30,4	30,4	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

El 30,4% siempre se esfuerza constantemente para lograr nuevas metas dentro de su trabajo; en tanto el 13,0% menciona que casi siempre y nunca se esfuerza constantemente para lograr nuevas metas dentro de su trabajo, el 20,7% a veces se esfuerza constantemente para lograr nuevas metas dentro de su trabajo y el 22,8% casi nunca se esfuerza constantemente para lograr nuevas metas dentro de su trabajo.

15. Cuando se le presentan dificultades, lucha con mayor persistencia para superarlas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	4	4,3	4,3	4,3
	CASI NUNCA	11	12,0	12,0	16,3
	A VECES	11	12,0	12,0	28,3
	CASI SIEMPRE	33	35,9	35,9	64,1
	SIEMPRE	33	35,9	35,9	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

El 35,9% aseguró que siempre y casi siempre cuando se les presenta dificultades pone mayor persistencia para superarlas, en tanto solo el 4,3% nunca cuando se les presenta dificultades pone mayor persistencia para superarlas; mientras que el 12,0% a veces y casi nunca cuando se les presenta dificultades pone mayor persistencia para superarlas.

16. Le gusta asumir nuevos retos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	16	17,4	17,4	17,4
	A VECES	4	4,3	4,3	21,7
	CASI SIEMPRE	35	38,0	38,0	59,8
	SIEMPRE	37	40,2	40,2	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Al 40,2% de los colaboradores siempre les gusta asumir nuevos retos; mientras que el 4,3% a veces les gusta asumir nuevos retos, el 17,4% casi nunca les gusta asumir nuevos retos; mientras que al 38,0% casi siempre les gusta asumir nuevos retos.

17. Evita los conflictos y no entra en discusiones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	12	13,0	13,0	13,0
	CASI NUNCA	12	13,0	13,0	26,1
	A VECES	16	17,4	17,4	43,5
	CASI SIEMPRE	6	6,5	6,5	50,0
	SIEMPRE	46	50,0	50,0	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

El 50,0% siempre evita los conflictos y no entra en discusiones con los demás; en tanto el 6,5% casi siempre evita los conflictos y no entra en discusiones con los demás, el 13,0% nunca y casi nunca evita los conflictos y no entra en discusiones con los demás, mientras que el 17,4% a veces evita los conflictos y no entra en discusiones con los demás.

18. Se siente a gusto trabajando con los demás

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	21	22,8	22,8	22,8
	CASI NUNCA	25	27,2	27,2	50,0
	A VECES	20	21,7	21,7	71,7
	CASI SIEMPRE	10	10,9	10,9	82,6
	SIEMPRE	16	17,4	17,4	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

El 27,2% casi nunca se siente a gusto trabajando en conjunto con los demás colaboradores; en tanto el 10,9 casi siempre se siente a gusto trabajando en conjunto con los demás colaboradores; el 17,4% siempre se siente a gusto trabajando en conjunto con los demás colaboradores, el 21,7% a veces se siente a gusto trabajando en conjunto con los demás colaboradores y el 22,8% restante nunca se siente a gusto trabajando en conjunto con los demás colaboradores.

19. Considera que en la empresa todos los trabajadores son tratados por igual

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	2,2	2,2	2,2
	CASI NUNCA	19	20,7	20,7	22,8
	A VECES	17	18,5	18,5	41,3
	CASI SIEMPRE	22	23,9	23,9	65,2
	SIEMPRE	32	34,8	34,8	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

El 34,8% de los trabajadores siempre se consideran que en la empresa son tratados todos por igual; mientras que el 2,2% aseguró que nunca se considera que en la empresa son tratados todos por igual; el 18,5% afirma que a veces se considera que en la empresa son tratados todos por igual, el 20,7% casi nunca se considera que en la empresa son tratados todos por igual y el 23,9% respondió que casi siempre se considera que en la empresa son tratados todos por igual.

20. En la empresa existen posibilidades de progresar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	7	7,6	7,6	7,6
	CASI NUNCA	23	25,0	25,0	32,6
	A VECES	22	23,9	23,9	56,5
	CASI SIEMPRE	12	13,0	13,0	69,6
	SIEMPRE	28	30,4	30,4	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

El 30,4% aseguró que siempre en la empresa existen posibilidades de progresar y crecer personalmente; en tanto solo el 7,6% afirmó que nunca en la empresa existen posibilidades de progresar y crecer personalmente; el 13,0% dijo que casi siempre en la empresa existen posibilidades de progresar y crecer personalmente, el 23,9% afirma que a veces en la empresa existen posibilidades de progresar y crecer personalmente y el 25,0% restante dijo que casi nunca en la empresa existen posibilidades de progresar y crecer personalmente.

21. En su área laboral, existen mejores posibilidades de progresar que en las otras áreas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	12	13,0	13,0	13,0
	CASI NUNCA	11	12,0	12,0	25,0
	A VECES	17	18,5	18,5	43,5
	CASI SIEMPRE	23	25,0	25,0	68,5
	SIEMPRE	29	31,5	31,5	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

El 31,5% de los trabajadores afirmó que siempre en su área laboral existen mejores posibilidades de progresar en comparación con otras áreas de la empresa; en cambio el 12,0% aseguró que en su área laboral casi nunca existen mejores posibilidades de progresar en comparación con otras áreas de la empresa, el 13,0% aseguró que nunca en su área laboral existen mejores posibilidades de progresar en comparación con otras áreas de la empresa; mientras que el 18,5% dijo que a veces en su área laboral existen mejores posibilidades de progresar en comparación con otras áreas de la empresa, finalmente solo el 25,0% dijo que casi siempre en su área laboral existen mejores posibilidades de progresar en comparación con otras áreas de la empresa.

22. Regularmente se plantea nuevas metas personales en la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	11	12,0	12,0	12,0
	CASI NUNCA	27	29,3	29,3	41,3
	A VECES	12	13,0	13,0	54,3
	CASI SIEMPRE	10	10,9	10,9	65,2
	SIEMPRE	32	34,8	34,8	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

El 34,8% aseguró que siempre se plantea nuevas metas personales en la empresa; en cambio el 10,9% casi siempre se plantea nuevas metas personales en la empresa, el 12,0% nunca se plantea nuevas metas personales en la empresa; el 13,0% a veces se plantea nuevas metas personales en la empresa y el 29,3% casi nunca se plantea nuevas metas personales en la empresa.

23. En el área donde trabaja se planifican las metas con anterioridad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	5	5,4	5,4	5,4
	CASI NUNCA	21	22,8	22,8	28,3
	A VECES	18	19,6	19,6	47,8
	CASI SIEMPRE	23	25,0	25,0	72,8
	SIEMPRE	25	27,2	27,2	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

El 27,2% de los trabajadores destacó que en el área donde trabaja siempre se planifican las metas con anterioridad; en cambio el 5,4% resaltó que en el área donde trabaja nunca se planifican las metas con anterioridad, el 19,6% respondió que a veces se planifican las metas con anterioridad en el área donde laboran; el 22,8% resaltó que casi nunca se planifican las metas con anterioridad en el área donde laboran y el 25,0% restante solo respondió que casi siempre se planifican las metas con anterioridad en el área donde laboran.

24. La organización en la cual labora ofrece programas de capacitación para desarrollar correctamente sus actividades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	13	14,1	14,1	14,1
	CASI NUNCA	27	29,3	29,3	43,5
	A VECES	12	13,0	13,0	56,5
	CASI SIEMPRE	13	14,1	14,1	70,7
	SIEMPRE	27	29,3	29,3	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

El 29,3% resaltó que siempre y casi nunca en la organización en la cual labora ofrece programas de capacitación para poder desarrollar correctamente sus actividades; mientras que el 13,0% aseguró que a veces la organización en la cual labora ofrece programas de capacitación para poder desarrollar correctamente sus actividades; mientras el 14,1% respondió que nunca y casi siempre la organización en la cual labora ofrece programas de capacitación para poder desarrollar correctamente sus actividades.

25. Cuando incumple con las tareas encargadas, la empresa castiga a los trabajadores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	5	5,4	5,4	5,4
	CASI NUNCA	32	34,8	34,8	40,2
	A VECES	18	19,6	19,6	59,8
	CASI SIEMPRE	18	19,6	19,6	79,3
	SIEMPRE	19	20,7	20,7	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

El 34,8% de los colaboradores afirmó que cuando incumple con las tareas encargadas casi nunca la empresa los castiga; en tanto el 5,4% aseguró que cuando incumple con las tareas encargadas nunca la empresa castiga a los trabajadores; además el 19,6% dijo que a veces y casi siempre cuando se incumple con las tareas encargadas la empresa castiga a los trabajadores, en tanto el 20,7% asegura que siempre cuando se incumple con las tareas encargadas la empresa castiga a los trabajadores.