



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN
TURISMO Y HOTELERÍA**

**Motivación intrínseca en los trabajadores de una
cadena de cafeterías en Miraflores-2020.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería

AUTORA:

Arbi Prieto, Jasmin Jhakelin (ORCID: 0000-0002-2846-6481)

ASESOR:

Mg. Huamaní Paliza, Frank David (ORCID: 0000-0003-3382-1246)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Turística

LIMA - PERÚ

2020

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi abuelo José Elías Prieto García agradeciéndole por el amor incondicional que siempre me tuvo, mientras viva, siempre vivirás en mi recuerdo. Así mismo a mi madre ya que sin ella no lo habría logrado, la mujer que siempre va de mi mano y el amor más sincero que tengo.

AGRADECIMIENTO

Primero a Dios, luego a mi familia, mi hermano, tíos por su apoyo y amor hacia mi persona, por siempre velar por mi bienestar y enseñarme a ser un gran ser humano. A mi asesor de tesis que gracias a su ayuda pude lograr mi objetivo, con mucho esfuerzo y dedicación.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimientos.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de gráficos y figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEORÍCO.....	6
III. METODOLOGÍA.....	34
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	34
3.2. Variables y operacionalización.....	34
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis.....	35
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	35
3.5. Procedimiento.....	37
3.6. Método de análisis de datos.....	38
3.7. Aspectos éticos.....	38
IV. RESULTADOS.....	39
V. DISCUSIÓN.....	93
VI. CONCLUSIONES.....	100
VII. RECOMENDACIONES.....	101
REFERENCIAS.....	102
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1. Resumen de conceptos de Cultura Organizacional.....	13
Tabla 2. Validación de expertos.....	36
Tabla 3. Cuadro de procedimientos.....	37
Tabla 4. Escala de Likert, Motivación Intrínseca.....	40
Tabla 5. Puntos de corte de la variable Motivación Intrínseca.....	40
Tabla 6. Rango bajo, medio y alto.....	41
Tabla 7. Rangos de la Variable Motivación Intrínseca.....	41
Tabla 8. Escala de Likert, Involucramiento.....	42
Tabla 9. Puntos de corte de involucramiento.....	43
Tabla 10. Rango bajo, medio y alto.....	43
Tabla 11. Rangos de la dimensión involucramiento.....	43
Tabla 12. Escala de Likert, Desempeño.....	45
Tabla 13. Puntos de corte de la dimensión desempeño.....	45
Tabla 14. Rango bajo, medio y alto.....	45
Tabla 15. Rangos de la Dimensión desempeño.....	46
Tabla 16. Escala de Likert, Identificación.....	47
Tabla 17. Puntos de corte de identificación.....	47
Tabla 18. Rango bajo, medio y alto.....	48
Tabla 19. Rangos de la dimensión identificación.....	48
Tabla 20. Escala de Likert, orientación a la meta.....	49
Tabla 21. Puntos de corte de Orientación a la meta.....	50
Tabla 22. Rango bajo, medio y alto.....	50
Tabla 23. Rangos de la dimensión identificación.....	50
Tabla 24.....	52
Tabla 25.....	52
Tabla 26.....	55
Tabla 27.....	56
Tabla 28.....	58
Tabla 29.....	59
Tabla 30.....	61
Tabla 31.....	62

Tabla 32.....	64
Tabla 33.....	65
Tabla 34.....	67
Tabla 35.....	68
Tabla 36.....	70
Tabla 37.....	71
Tabla 38.....	73
Tabla 39.....	74
Tabla 40.....	76
Tabla 41.....	77
Tabla 42.....	79
Tabla 43.....	80
Tabla 44.....	82
Tabla 45.....	83
Tabla 46.....	85
Tabla 47.....	86
Tabla 48	88
Tabla 49.....	89
Tabla 50.....	91

Índice de gráficos y figuras

Figura 1 Modelo simple del proceso de motivación.....	18
Figura 2 Pirámide de Maslow.....	23
Figura 3: El efecto de los factores higiénicos y los motivacionales.....	25
Figura 4: Los factores que producen satisfacción o insatisfacción.....	26
Figura 5: Teoría de McClelland's.....	28
Figura 6: Modelo de las expectativas.....	30
Figura 7: Gráfico de la variable motivación intrínseca.....	41
Figura 8: Gráfico de la dimensión involucramiento.....	44
Figura 9: Gráfico de la dimensión desempeño.....	46
Figura 10: Gráfico de la dimensión identificación.....	48
Figura 11: Gráfico de la dimensión orientación a la meta.....	51
Figura 12.....	52
Figura 13.....	54
Figura 14.....	55
Figura 15.....	57
Figura 16.....	58
Figura 17.....	60
Figura 18.....	61
Figura 19.....	63
Figura 20.....	64
Figura 21.....	66
Figura 22.....	67
Figura 23.....	63
Figura 24.....	70
Figura 25.....	72
Figura 26.....	73
Figura 27.....	75
Figura 28.....	76
Figura 29.....	78
Figura 30.....	79
Figura 31.....	81

Figura 32.....	82
Figura 33.....	84
Figura 34.....	85
Figura 35.....	87
Figura 36.....	88
Figura 37.....	90
Figura 38.....	91

Resumen

El manejo de un restaurante café es un negocio el cual requiere de personal altamente capacitado el servicio que este trabajador va a desempeñar será en base la vocación de servicio el cual no todas las personas lo poseen, si bien es cierto existen sectores los cuales se basan a una mano de obra o estar en una oficina.

En este caso el sector de restaurantes es un sector sensible a diferencia de otros en el cual el tema de alimentos, salubridad, servicio son factores primordiales, así mismo. los objetivos que se trazan en ellos juntos con la misión y visión que se tiene por restaurante. En donde los productos deben ser de calidad satisfaciendo las necesidades que el cliente necesite.

Una cadena de cafetería es un lugar en el cual es muy visitado por familias, parejas ya que, es un lugar tranquilo en donde se puede desayunar, tomar un lonche. entre otras cosas que brinda el local, la comodidad que busca la clientela es un lugar que desde el momento de entrar se sientan en confianza que la atención que se les dará será la mejor que puedan ofrecer. Esto aún más porque el distrito de Miraflores es una zona en la cual la gran mayoría es muy exigente con el tema de servicio, ambiente y carta que puedan brindarse. es por ello que gran mayoría del rubro restaurante se basan en estándares los cuales cumplan con dichos requerimientos y para que esto se lleve a cabo el personal es una pieza fundamental.

Entonces para esto se debe tener al equipo de trabajo altamente capacitado y con la debida motivación de querer aprender y destacar en su labor que ejerce. Para ellos la motivación intrínseca debe desarrollarse al máx. ya que es muy importante contar con ella.

Palabras clave: Motivación intrínseca, trabajadores, desempeño

Abstract

A cafe restaurant is a business that needs qualified personnel and that these personnel have the motivation and vocation for service that is needed so that customers feel comfortable from the moment they enter the cafe so that a good reflection of the quality of a good restaurant is having happy customers from the moment they enter until the moment they leave.

For this, the intrinsic movement is very involved since it depends on this motivation that the workers achieve their objectives and tasks that occurs in a cafe restaurant. For a client to be happy, they must be happy with the food or dessert and the atmosphere that the restaurant has, a restaurant is a place that can go with family, with friends, with a partner among other companies, since it is a quiet place to talk and have a relaxing time with loved ones

Keywords: Intrinsic motivation, workers, performance

I. INTRODUCCIÓN

Respecto a nuestra realidad problemática las empresas actualmente solo se interesa en el valor monetario que se pueda generar sin preocuparse del trabajador si necesita algo o se sienta bien en su centro laboral sin embargo, también existen las empresas las cuales cuidan mucho de sus colaboradores ya que sabe que para alcanzar una meta de dicha empresa se requiere el trabajo en equipo tanto por los directivos y por los colaboradores, esto hace que sea una tarea conjunta. El clima laboral que se pueda desarrollar en diversas empresas debe ir de la mano de la motivación que se pueda desarrollar en dicho lugar ya que las personas aparte de una remuneración esperan trabajar en un lugar tranquilo.

En España existen personas actualmente laborando, así como también existe un 40% de empleados de diversos lugares de trabajo tienen en mente retirarse del lugar en donde labora. Esto forma parte de un principal problema y por ende un motivo principal que dio como resultado el Barómetro “Motivación de los empleados en Europa 2015” en donde hubo una participación donde incluía a 800 españoles haciendo un total de 13600 trabajadores de diferentes lugares. Según encuesta realizada por Alares (grupo de responsabilidad social corporativa) indicó uno de los aspectos que los encuestados consideran como punto importante es el clima laboral que les rodea.

En el 2016 La Comunidad Laboral Trabajando.com–Universia realizó una encuesta a 2.150 colaboradores para dar a conocer los aspectos laborales que son motivadores para los trabajadores. Entre los resultados se encontró que un 94% prefieren tener un buen ambiente laboral y un salario moderado a tener un mal ambiente laboral y un sueldo bueno. Entonces, ¿qué es lo que motiva a los empleados? según los resultados, lo más alentador para un trabajo es el 26% las oportunidades de desarrollo, 26% ambiente laboral, 18% salario, 13% trabajo desafiante, 10% beneficios y el 7% jefe. Por esa razón que es importante incorporar la motivación intrínseca puesto que esta motivación nace de uno mismo. Por otro lado, las cafeterías empezaron a surgir en 1650, justamente como una opción más sobria a las tabernas, el cual era un buen lugar donde conversar.

En el ámbito internacional se presenta el caso de la cadena de cafés Starbucks el

cual se dedica a la venta de cafés, postres entre otros, esto hace que las personas lo prefieran mucho ya que cuentan te hará sentir acogido y relajado para poder deleitarte con un café, también influye mucho en la atención que brindan a cada cliente. Starbucks se encuentra en más de 50 países y cuenta con más de 18000 locales en la actualidad (información obtenida de su página web de Starbucks). El buen clima laboral y la motivación intrínseca se ve reflejada en su éxito que va consiguiendo a nivel internacional. Al personal se le brinda una flexibilidad en cuanto a los horarios como hacer turnos part time.

La empresa ejerce una filosofía en donde lo principal es crear una extraordinaria experiencia en sus clientes a su vez, el grupo de sus colaboradores entienden que trabajan en su empresa muy por el contrario son parte de ella Schulz (dueño de Starbucks) dijo el equipo que labora en Starbucks es escuchado así mismo deben ser tratados de manera en la cual tenga un alto grado de responsabilidad también, merecen que les brinde todo el respeto y dignidad que se debe.

Además, para motivar a sus colaboradores la empresa realiza diversas actividades como el empleado del mes, el cumpleaños del mes, entre otras, también, brindan la posibilidad de ejercer un desarrollo profesional dentro de su centro de trabajo.

En el ámbito nacional nuestro país está en el tercer lugar en tener una continua rotación de trabajadores en América Latina, esto como resultado un 18% superando frente al promedio. Por ello el mercado laboral refleja una serie de razones por las que un trabajador decide dejar su centro de trabajo, especialmente en empleados jóvenes (InfoCapitalHumano, 2017).

Se presenta el caso de la cadena de restaurantes pollería Pardos Chicken, que cuenta con alrededor de 30 restaurantes en todo el Perú y se dedica a la venta de pollo a la brasa, bebidas nacionales entre otros. En el año 2017 la cadena ingresó al top 15 de la categoría de empresas del ranking del Great Place to Work (consultora internacional que premia a las empresas que destacan en su clima laboral y cultura organizacional). Su filosofía está basada en la felicidad de sus clientes internos, así como también lo de sus clientes externos.

Por ello motivan a su personal y también a la familia de los mismos con actividades de recreación y de integración.

Asimismo, se cuenta con una política de capacitación definida y establecida, esto para la mejora del día a día en el servicio que se ofrece y el producto que se brinda al público, del mismo modo el encargado de tienda realiza reuniones para que su personal sea escuchado dar sus opiniones, dichas reuniones también son usadas para indicar las fallas y hacerles ver una manera en la cual pueda ser cambiada dicha falla para una mejora en equipo , también se comunica las mejoras que se tuvo como equipo(información obtenida desde la página de Pardo's Chiken). Por otra parte, el restaurante brinda como una de sus políticas la posibilidad de poder hacer una línea de carrera, la importancia de una buena motivación intrínseca es fundamental por lo mismo que los empleados de una entidad empresarial puedan ejercer su trabajo de una manera armónica brindando un servicio de excelencia y a su vez vean que su centro de labor no sea por un fin monetario sino más bien por un fin común en donde se refleje una adecuada vocación de servicio.

Las entidades empresariales últimamente brindan prioridad a la motivación intrínseca así pues según Thomas (2005) indica que “Le están dando importancia en los últimos años a la motivación intrínseca, ya que están apareciendo ciertos cambios producidos por el mismo entorno de nuestra comunidad así mismo este cambio también se dirige en la manera en que una persona empezara o ya cuenta con una gestión de un negocio.

Por lo tanto, se profundizará el tema en base a la pregunta general ¿Cuál es el nivel de la motivación intrínseca en los trabajadores de una cadena de cafeterías en Miraflores,2020? A su vez, se plantea los problemas específicos como ¿Cuál es el nivel de involucramiento de los trabajadores de una cadena de cafeterías en Miraflores,2020?,¿Cuál es el nivel de desempeño de los trabajadores de una cadena de cafeterías en Miraflores,2020? seguido de ¿Cuál es el nivel de identificación los trabajadores de una cadena de cafeterías en Miraflores,2020? y finalizando con ¿Cuál es el nivel de orientación a la meta de los trabajadores de una cadena de cafeterías en Miraflores, 2020?

En base a la justificación nuestro trabajo de investigación tuvo por objetivo poder analizar la motivación intrínseca en los trabajadores de una cadena de cafeterías, dicha cafetería está ubicada en el distrito de Miraflores, es un lugar concurrido por turistas a su vez cuenta con clientes fidelizados a causa de la buena atención en cuanto al servicio y calidad de productos que se ofrece. Por otra parte, dicha empresa presenta ciertos problemas como la falta de motivación, la falta de compromiso de algunos colaboradores hacia el objetivo de dicha cafetería, falta de interés por realizar sus tareas diarias.

Los trabajadores de una cadena de cafeterías en Miraflores es importante ya que se presta para brindar un buen servicio de atención y calidad a su vez es un lugar agradable para tener un momento en familia o con amistades, esta cafetería tiene más de 6 años en el mercado, por lo tanto, es necesario conocer la motivación intrínseca que se efectúa en aquel lugar, es así como este trabajo de investigación podrá determinar el nivel de la motivación intrínseca para que de esa manera el equipo de trabajo mejore su desempeño laboral.

En este trabajo se toma como base la definición de la teoría de motivación intrínseca laboral de (Thomas, 2005) y es una investigación detallada sobre los aspectos de la conducta en donde relaciona involucramiento, desempeño, identificación y orientación a la meta con el trabajo.

Finalmente, esta investigación busca analizar la motivación intrínseca en los trabajadores de una cadena de cafeterías en Miraflores, esta cafetería es muy conocida por la calidad de sus productos, por ello consideramos que es muy importante realizar la respectiva investigación de dicha motivación.

Por lo todo lo expuesto anteriormente, la investigación busca, Determinar el nivel de la motivación intrínseca en los trabajadores de una cadena de cafeterías en Miraflores- 2020, con respecto a los objetivos específicos busca Identificar el nivel de involucramiento en los trabajadores de una cadena de cafeterías en Miraflores-2020,seguido de, determinar el nivel de desempeño en los trabajadores de una cadena de cafeterías en Miraflores 2020 Determinar el nivel de identificación en los

trabajadores de una cadena de cafeterías en Miraflores-2020.finalizando con,
determinar el nivel de orientación de metas en los trabajadores de una cadena de
cafeterías en Miraflores-2020.

II. MARCO TEÓRICO

En base a los antecedentes sobre mi tema de investigación abordó diversas ópticas entre ellas se encuentra Villarreal (2016). Cuya investigación “El clima laboral y la motivación intrínseca de la coop. CIA LTDA” el cual tiene el inconveniente de saber cuál es la influencia de la motivación intrínseca hacia el clima laboral de la Cooperativa y como objetivo analizar y ver la influencia de dicha motivación que se genera al clima laboral de estos trabajadores de dicha cooperativa. Su estudio es cualitativo y cuantitativo, así mismo su instrumento metodológico se basó en encuesta y entrevista, se realizó una muestra la cual incluía personal del área operativa y administrativa siendo así un total de 11 trabajadores. Se obtuvo como conclusión principal que no se manejaba las políticas adecuadas ni los procesos de la motivación intrínseca entre sus colaboradores y también que no tienen estrategias ni guía para un desarrollo de la motivación intrínseca entre empleados. Una de las limitaciones de este trabajo es con respecto al alcance de la misma, ya que Villarreal se enfoca en un clima laboral y motivación intrínseca de una coop. mientras mi trabajo es sobre la motivación intrínseca en trabajadores de una cadena de cafetería así mismo esta publicación usa un enfoque cualitativo y cuantitativo mientras mi trabajo es solo cuantitativo el cual lo hace más específico. Por ello es que mi trabajo tiene un enfoque más amplio que Villarreal.

Pino y Domínguez (2014). En su investigación “Motivación intrínseca y extrínseca: un análisis hacia los adolescentes gallegos” tuvo como objetivo saber mediante las opiniones que daban los alumnos del área de secundaria cual era el nivel de ambas motivaciones que se daba en los jóvenes gallegos, se realizó un estudio de tipo cuantitativo descriptivo, se usó como instrumento el cuestionario, esto se llevó a cabo con una muestra de los alumnos nivel secundario , entre ellos alumnos de 12 y 16 años en total 500 jóvenes así mismo, teniendo como conclusión principal que la motivación intrínseca es un factor que debemos de tomar como prioridad en aspecto personal en los adolescentes a su vez tener una meta centrada en cuanto al aprendizaje de estrategia para poder afrontar el mayor éxito las metas educativas y sociales. Al respecto, podemos ver que el presente no se enfoca en el tema de motivación intrínseca sí no que también en la extrínseca que es parte de la

motivación, esto hace un reflejo de un tema muy general. Así mismo la motivación intrínseca se encuentra en la manera de llegar a los adolescentes mientras que mi trabajo está enfocado en solo una motivación que es la intrínseca en donde se quiere llegar a la motivación de trabajadores de una manera más interna.

Solf (2016), en su investigación titulada "La personalidad y orientación a la meta de Tesón con respecto a la motivación intrínseca laboral". Tuvo como objetivo principal reemplazar la propuesta de Hackman y Oldham que consiste en el crecimiento de la motivación. Se realizó un muestreo no probabilístico intencionado, esta investigación toma como muestra a 228 trabajadores a su vez incluía personal que pertenecía a 60 cargos diferentes que existe en la organización. Como resultado final se observó que existe una afinidad de manera positiva de la motivación intrínseca a su vez, existe una concentración en cuanto al aprendizaje, también la orientación a de la meta y Tesón, a su vez la relación que tiene esta orientación con las variables de personalidad. Como limitación de este trabajo es con respecto a la personalidad en relación a la orientación a la meta que Solf plantea en este artículo, en cuanto a nuestro enfoque es cómo podemos llegar a las personas de manera indirecta a motivarlos intrínsecamente seguido a esto Solf cuenta con un artículo en el cual hace ver que la personalidad tiene relación a la orientación de meta, en mi trabajo se desarrolla como por voluntad de un trabajador se puede llegar a obtener grandes resultados.

García, Barbero, Ávila y García (2003). En su trabajo titulado "La motivación en el trabajo que los jóvenes encuentran al buscar su primer labor". Tuvo como objetivo analizar aspectos que motivan a los jóvenes, que tienen por primera vez un empleo. Se aplicó un estudio descriptivo para ello se llevó a cabo una muestra la cual estuvo constituida por 500 alumnos de la Formación Ocupacional de Cádiz con los cuales se trabajó con el instrumento cuestionario. Como conclusión es que los aspectos extrínsecos del trabajo son los que tienen una mayor preferencia al grado de motivar a los colaboradores que tienen por primera vez un trabajo seguido de, la influencia la satisfacción laboral y las relaciones sociales al acceder a su primer empleo a través los programas de empleo y formación. Se puede ver que García, Barbero, Ávila y García están enfocándose en cuanto motivo puede tener un primer trabajo, muy por el contrario del nuestro que refleja como un trabajador gracias a su

voluntad de apoyo puede llegar lejos. Esto como conclusión refleja que el artículo es muy general.

Díaz, Morales y Díaz (2014). En su trabajo "Motivación laboral en las empresas formales y a sus trabajadores de Bogotá". Su objetivo era saber ver si había diferencias en los empleados con respecto al tipo de contrato, sexo y edad. Para la investigación el trabajo fue no experimental en cuanto al diseño y en cuanto al instrumento utilizado fue la encuesta para la recolección de información con una muestra de 85 trabajadores. Se concluye que los colaboradores que trabajan en entidades laborales las cuales son formales de Bogotá D.C no tienen una motivación predominante a su vez, se evidenció hay trabajadores que se adecuan más rápido a las variaciones que la empresa pueda tener. Concluyendo así que existe un 100% de motivación que se pudo hallar en el personal. Al respecto con este artículo busca ver la diferencia de una motivación por edades y sexo en cuanto a mi trabajo está relacionado con los colaboradores en general de una cafetería por ende el artículo es mucho más detallado por otro lado se refleja en mi trabajo una búsqueda más detallada por obtener mejores resultados.

Gamboa, García, Ripoll y Peiró (2007). En su artículo titulado "La satisfacción laboral respecto la empleabilidad y la anticipación del personal", el objetivo fue analizar el papel del trabajo y la anticipación que se tiene en cuanto al personal sobre la satisfacción laboral, aclarando si las consecuencias que se da son de manera acumulativa o interactiva, a su vez busca analizar de manera en donde separa la satisfacción laboral extrínseca y social de la motivación laboral intrínseca. Por otra parte, se observó que tenía un enfoque mixto como también se trabajó con un diseño de manera no experimental, con un estudio descriptivo realizando una muestra a diferentes trabajadores jóvenes haciendo un total de 1319. Como conclusión se dio que para obtener trabajos que tengan mayor calidad se debe hacer una inclusión a los desarrollos a tener una propia iniciativa de trabajos en los colaboradores del lugar. En este caso una de las limitaciones de este trabajo es que ver las consecuencias que se obtiene de la satisfacción laboral mientras que en mi trabajo se refleja cómo sacar provecho de una motivación que proviene de uno mismo esto hace que el artículo de Gamboa, García, Ripoll y Peiró sea de manera no tan precisa por otro lado este artículo es de enfoque mixto mientras que

este trabajo es de manera cuantitativa.

Pérez, Cedillo y Calle (2019) en su artículo de revista “Grado de satisfacción en la prestación de servicio de restauración en los puertos de El Oro”. Se realizó la investigación con la finalidad de analizar el nivel con relación a los clientes si estaban satisfechos o no con la calidad ofrecida en el ámbito del servicio de alimentos en los puertos de El Oro. Se aplicó el método cuantitativo también deductivo a su vez, se tomó como muestra poblacional a 380 personas Tuvo como conclusión principal que a pesar que se obtuvo resultados positivos en el servicio, los establecimientos de comida, deberían tener enfoque aún mayor en sus trabajadores, motivarlos de manera intrínseca para llegar todos a un fin común. Con respecto al artículo de Pérez, Cedillo y Calle, podemos ver que el presente no se enfoca en el tema de motivación intrínseca como este trabajo por otra parte la manera de analizar es muy general esto no permite un estudio a detalle sobre la motivación intrínseca.

Cruz, Pérez y Cantero (2014). En su artículo titulado “Influencia con relación a la motivación intrínseca y extrínseca al momento que se transmite discernimiento en las organizaciones”. Por otro lado, se analizó la importancia de la motivación intrínseca y extrínseca que transmite conocimientos en los trabajadores. Este artículo es de enfoque cuantitativo así mismo, se usó la encuesta como instrumento y como muestra reunió a los trabajadores del área asistencial de Asprona con un total de. colaboradores Como conclusión principal se reflejó que había trabajadores que tenían la motivación intrínseca presente por ello podían transmitir el conocimiento de una manera más rápida, también, la motivación extrínseca en los colaboradores es un factor que estimula al momento de transmitir conocimiento entre los participantes. En presente artículo reflejo que no enfatiza mucho la motivación intrínseca el cual es el tema principal esto refleja un trabajo general, también se observa que se usa el mismo instrumento que mi trabajo.

En cuanto a los antecedentes nacionales tenemos a Sánchez (2018). En la investigación titulada “Motivación intrínseca y extrínseca como poder en el nivel de permanecía de los trabajadores de pizzas y pastas de Miraflores”. Como problema principal es saber cuál era la influencia de las dos motivaciones para el área de servicio para los restaurantes de pastas y pizzas en Miraflores. Tuvo como objetivo ver que tanto influía la motivación intrínseca y extrínseca de los colaboradores a raíz del nivel de estabilidad en el servicio para dichos restaurantes ubicados en Miraflores. El muestreo probabilístico fue lo que se usó, con una muestra de 139 trabajadores de restaurantes de Miraflores, como conclusión fue que la existencia de una influencia relevante de ambas motivaciones frente a los colaboradores quienes tenían decidido quedarse para el sector del servicio. Una de las limitaciones de este artículo de Sánchez es que se enfoca en dos motivación intrínseca y extrínseca lo cual refleja un tema general en este caso mi trabajo es más preciso con información solo de una motivación a detalle.

Mandujano (2016) en su investigación “Motivación intrínseca aplicado en los alumnos del nivel secundario de Tarma” tiene como problema principal saber si existían ciertas diferencias de la motivación intrínseca en el alumnado tanto femenino como masculino del 3er año del nivel secundario y como objetivo fue definir si había alguna desigualdad en los estudiantes del nivel de Tarma. Este trabajo tuvo un diseño no probabilístico, realizándose una muestra a los del tercer grado de secundaria entre jóvenes de ambos sexos siendo un total de 420 estudiantes. como conclusión fue que las mujeres que con un 56% tienen mayor motivación intrínseca con respecto a los varones con un 41. Este artículo no enfatiza la motivación intrínseca como punto importante sino más bien, enfatiza los problemas respecto al sexo de cada adolescente como conclusión induce que la mujer demuestra más motivación intrínseca cuando es a motivación que nace de uno mismo.

Chavarria,S. (2018), en su investigación: “La motivación intrínseca en alumnos de secundaria del colegio público Señor de los Milagros” tuvo como problema general fue que quería saberse cuál era la relación que tenía esta motivación respecto a las afinidades intrapersonales de alumnos del colegio Señor de los Milagros y tuvo el objetivo de poder decretar la posibilidad de alguna relación entre las relaciones intrapersonales con la motivación intrínseca del alumnado de 3er grado de secundaria así mismo, este trabajo tuvo un diseño tuvo un enfoque cuantitativo descriptivo con una muestra de 147 alumnos los cuales eran del colegio Señor de los Milagros. Finalmente se tuvo como conclusión que un 45.2% de los alumnos del nivel secundarios de dicho colegio tienen presente una alta comunicación, así como también, un 87.1% tiene presencia de la motivación intrínseca. Una de las limitaciones de este trabajo es que se enfoca la motivación intrínseca en afinidades intrapersonales y no utilizarla como medio de impulso hacia otras metas.

Por último, tenemos a Espinoza y Torres (2017) con su investigación “el rendimiento académico en comunicación y la motivación intrínseca y extrínseca de los estudiantes de 5to grado de Chancay” el cual tuvo la finalidad saber cuál era la relación entre ambas motivaciones en los jóvenes del distrito de Chancay así mismo saber determinar la relación entre ambas variables para el área de comunicación para 5to grado de Chancay, esta investigación fue no experimental , correlacional tomando así como muestra al alumnado de quinto y sexto grado de primaria en total fueron 115 niños. Finalmente se concluyó que la relación de ambos factores tanto como las dos motivaciones con respecto a la comunicación eran óptimas. Una de las limitaciones presentes en este artículo de Espinoza y Torres realizo un artículo correlacional, mi trabajo es mas a detalle con mi instrumento de cuestionario para obtener más precisión y de esa manera encontrar los resultados necesarios.

Se presentan diversos conceptos, a su vez existe un respaldo de teorías importantes sobre temas que serán explicados a continuación, también se presentará estudios relacionados al tema de esta manera se dará a conocer con mayor entendimiento.

El concepto de Clima organizacional suele ser confundido por el concepto de Cultura organizacional ya que sus conceptos suelen ser similares mas no iguales por ello es que, Cardona, Zambrano.(2014).Lo definen como que el clima organizacional se puede tomar con la definición en base a la percepción que un empleado o trabajador pueda tener , a su vez teniendo en cuenta que este trabajador tiene necesidades las cuales pueden ser de carácter social , siendo de esta manera, tiene que ser satisfecha para que así este trabajador tenga la sensación de poder deleitarse al momento que este efectúa su labor y también al momento de que este finalice dicha labor. Por otra parte, podemos inferir que existe un reflejo de una serie de valores, así como de normas en este mismo circulo de sistema dándose de una manera formal.

Concluimos que la principal diferencia del clima organizacional se halla en la permanencia en el tiempo, esto quiere decir que es cambiante y se da naturalmente dentro de una organización.

Por otro lado, tenemos a Bergamini (citado en Alves, Campos y Magalhaes 2015, pág.318) "Clima Organizacional no es más que indicador que puede reflejar un nivel en donde se sienta una persona de dos maneras puede ser satisfecha o insatisfecha es una experiencia que se da en los empleados de una entidad empresarial", por ende, en este enfoque se entienden que los factores de satisfacción son aquellos que demuestran que el sentimiento positivo en un empleador con relación al trabajo.

Así mismo Chiavenato (2004) indica que podemos inferir que la definición por clima organizacional es un cuadro mucho más amplio ante la influencia desde el punto de la motivación, por ende, es una calidad de ambiente que se pueda ofrecer en un lugar de trabajo en donde los trabajadores van influenciados mediante su propia conducta. Concluimos que este factor es un ambiente en el cual un trabajador se debe sentir óptimo para que este pueda desarrollarse de una manera óptima de manera que este pueda ejercer su labor en un ambiente en donde esté bien relacionado con su centro de trabajo.

Por otra parte, tenemos una postura en donde define clima organizacional como una apreciación en relación a las personas que lo perciban o se encuentren dentro de un centro de trabajo, en donde al presentarse alguna situación laboral este se pueda desenvolver, participar, así como también llegar a la satisfacción o dicho por Studs Tirkel de “salubridad”. (Loaiza, Salazar, Espinoza y Lozano,2019, p.10-11)

Otros autores la definen que el Clima organizacional está formado por una captación de forma compartida entre los individuos sobre cómo experimentan su entorno de trabajo, en función de las prácticas, políticas, procedimientos y rutinas organizacionales. Bowen y Ostroff (2004 como se citó en Iwai, Nakata y Teixeira 2019).

En síntesis, el clima organizacional se comprende por las relaciones personales tanto como laborales desarrolladas en un centro de trabajo, según la empresa donde se labore se puede evaluar el desempeño, la calidad de servicio, es caracterizado por una percepción compartida entre trabajadores, dueños o encargados de una empresa.

Tabla 1.
Resumen de conceptos de Cultura Organizacional

AUTOR	CONCEPTO
Cubillos, Velásquez y Reyes (2014)	el clima organizacional es definido como lo que un trabajador puede observar y sentir en su empresa así mismo debe sentir que está satisfecho y feliz de ejercer su labor en dicho lugar
Bergamini (1997 como se citó en Alves; Campos y Magalhaes 2015)	Clima Organizacional no es más que indicador de nivel de satisfacción (o insatisfacción) experimentado por empleados en el trabajo
Chiavenato (2005)	el clima organizacional es la condición en donde se experimenta mediante los trabajadores si se siente a gusto en el lugar que lo rodea, esto se ve reflejado en su conducta
Bowen y Ostroff (2004 como se citó en Iwai, Nakata y Teixeira 2019)	Está formado por percepciones compartidas entre las personas sobre cómo experimentan su entorno de trabajo

Loaiza, Salazar, Espinoza y Lozano (2019) el clima organizacional se percibe de manera individual con respecto a una situación laboral en donde el trabajador se pueda desempeñar de una manera optima

Fuente: Elaboración Propia

Existen diversos puntos de enfoque sobre el aprendizaje autónomo por ejemplos según Argüelles y García (2010) “Es un proceso el cual permite a la persona que sea el propio autor de su desarrollo eligiendo rutas, estrategias”. Por esto se puede deducir que este proceso ayuda a un desarrollo de capacidad, así como también momentos en donde la persona considere que debe poner en práctica.

Se intuye que el aprendizaje autónomo tiene como objetivo que el individuo desarrolle su equilibrio experimentado a su realidad .por su parte (Jacobs y Farrell,2010) lo complementa con que el aprendizaje autónomo es “involves gaining an awareness for learning for example the strategies that are given in learning”, aquí podemos entender la importancia que es desarrollar el aprendizaje porque esto permite que las debilidades que tenemos podamos trabajarlas y también utilizar nuestra fortaleza para así poder crear ideas y de esa manera visualizar el éxito de objetivos trazados.

Otra postura como Crispín (2011). nos comenta que el aprendizaje autónomo es un proceso por el cual un estudiante se autorregula en función a la toma de conciencia y de su propio aprendizaje así mismo es quien es consciente de sus propios procesos cognitivos tan igual que de los socioafectivos Entonces podemos comprender que el aprendizaje autónomo infiere la capacidad para aprender por cuenta propia, sin necesidad de pedir ayuda a alguien más, es un estudio independiente.

En conclusión, el aprendizaje autónomo es un desarrollo en donde cada individuo puede desarrollar su equilibrio también tiene que depender de la realidad de cada individuo. Por otra parte, la persona es quien busca sus problemas por consecuencia se origina ideas en donde se permita el logro a partir de sus objetivos.

Sobre la Teoría del servicio varios enfoques por ejemplo (Blanco,2010) expresa que es un conjunto de estrategias las cuales son de una sociedad la cual está diseñada para poder satisfacer las expectativas, así como también de las necesidades de los consumidores. en esta cita podemos inferir que el autor está dando importancia a la satisfacción que genera a sus clientes, esto quiere decir que el servicio puede convertirse en una estrategia para los negocios de esa manera aprovechar al máximo esa ventaja para que de esa manera la empresa genere un mayor ingreso gracias a los comensales ya que son ellos quien se sentirán satisfechos con un servicio el cual como efecto será el mayor crecimiento monetario para beneficio de una entidad laboral.

Según (Rosales,2010, s.n) plantea que el brindar un buen servicio a los clientes externos cuenta como una poderosa publicidad ya que al realizar un buen servicio superando las expectativas de estos clientes indirectamente se convierte en un aliado poderoso más que unas simples promociones o descuentos que una empresa pueda tener. Apreciamos que este autor está en la misma línea discursiva que (Blanco,2010), ambos autores están planteando que la teoría del servicio enfocado hacia los clientes tiene mayores beneficios por la parte económica y de esta manera ayuda a posibilitar la eficacia u eficiencia desde las diversas iniciativas que se plantea en este tema.

Según nuestro entender, la teoría del servicio no es solo enfocarse en lo económico ya que el principal componente es tener vocación de servicio, sobre esta línea de trabajo tenemos a (Vera y Collins,2018), nos dice que la calidad de poder ofrecer una excelencia en el servicio es importante en una entidad laboral porque busca satisfacer necesidades de los clientes, y de esa manera llegar a la etapa de fidelización creando una lealtad de clientes”, esto quiere decir que si se ofrece un buen servicio hacia los clientes como resultado se obtendrá clientes felices y a su

vez se entiende el valor que le damos al servicio es una manera de impulsar la lealtad del cliente.

Finalmente, en un enfoque crítico, se analizará el término de Teoría de Servicio. Por ejemplo (Chatura,2015). the quality of a service can become a main focus. a marketing institute identified this point as the main theme (p.3). apreciamos que el autor identifica como prioridad el tema sobre calidad de servicio el cual impacta en este tema.

Con respecto al Perfil del trabajador del siglo XXI diversos autores dan a conocer sus teorías con diversos planteamientos en los cuales indica que el empleador del siglo XXI es un empleado innovador y ético, así mismo (Guitierrez,2015 p. s.n) define que, "Las capacidades se vuelven fundamentales en el siglo XXI, lo que uno hace con su conocimiento crea formatos determinarán su empleabilidad". En conclusión, los colaboradores elaboran formatos los cuales tienen la capacidad de innovar con el propio conocimiento que ellos mismos poseen.

Por su parte la universidad La Concordia indica que si un joven o persona es un estudiante o talvez tenga un trabajo que ejerce en pleno siglo XXI o también a las personas quienes realizan ambas labores deben tener en cuenta que deben entrar a un mundo virtual en donde el principal factor es la tecnología de acuerdo a esto, la exigencia que se tiene en el mercado actual es muy grande, así como la existencia de realizar nuevas habilidades en el ámbito laboral.

Entonces los trabajadores del siglo XXI lo primero que van a desarrollar en su círculo laboral será el uso de la tecnología porque la propia demanda exige que se debe de saber y estar actualizado con el mismo.

El grupo de los Knowmad son quienes darán una orientación hacia el futuro al futuro Según Moravec "Examines the social implicitos for developing human capital for the 21st century. We are at a built on leveraging our imagination and innovation" (2013, p.20). Con esto podemos concluir que el siglo XXI está hecho para personas joviales, así como también a gente que pueda desarrollar su capacidad de trabajo basados en la capacidad de la imaginación y poder ser más original a base de las

novedades que se pueda ofrecer.

Según (Marcos y Martín) “En una empresa actual el trabajador del siglo XXI enfrenta a proyectos globalizados, y se relaciona con personas de otros lugares” (2016, p.181). podemos apreciar que el trabajador del siglo XXI desarrolla el sentido intelectual sumado a ello las destrezas que tiene un perfil de dicho profesional en la actualidad.

Sobre la motivación existen distintas posturas por ejemplo según (Huilcapi; Castro y Jácomeo,2017) nos dice “Satisfacer una necesidad crea ciertos impulsos el cual sea de necesidad ya que, se necesitará poner en corriente dicho acción que se desea realizar. se aprecia que la motivación es una fuerza adquirida por la persona y posee para de esta manera ella pueda satisfacer una necesidad, de manera que estando una persona motivada puede llegar a realizar tareas las cuales llevan voluntad en sí misma.

Por su parte (Parvesh,2015). Nos señala “The word motivation has been derived from the latín word, movere. Motivation is defined as the process that initiates” (p.22). Como conclusión la palabra motivación es utilizada frecuentemente para realizar alguna acción también se puede decir que ayuda a explicar el porqué de los motivos que una persona realice algo.

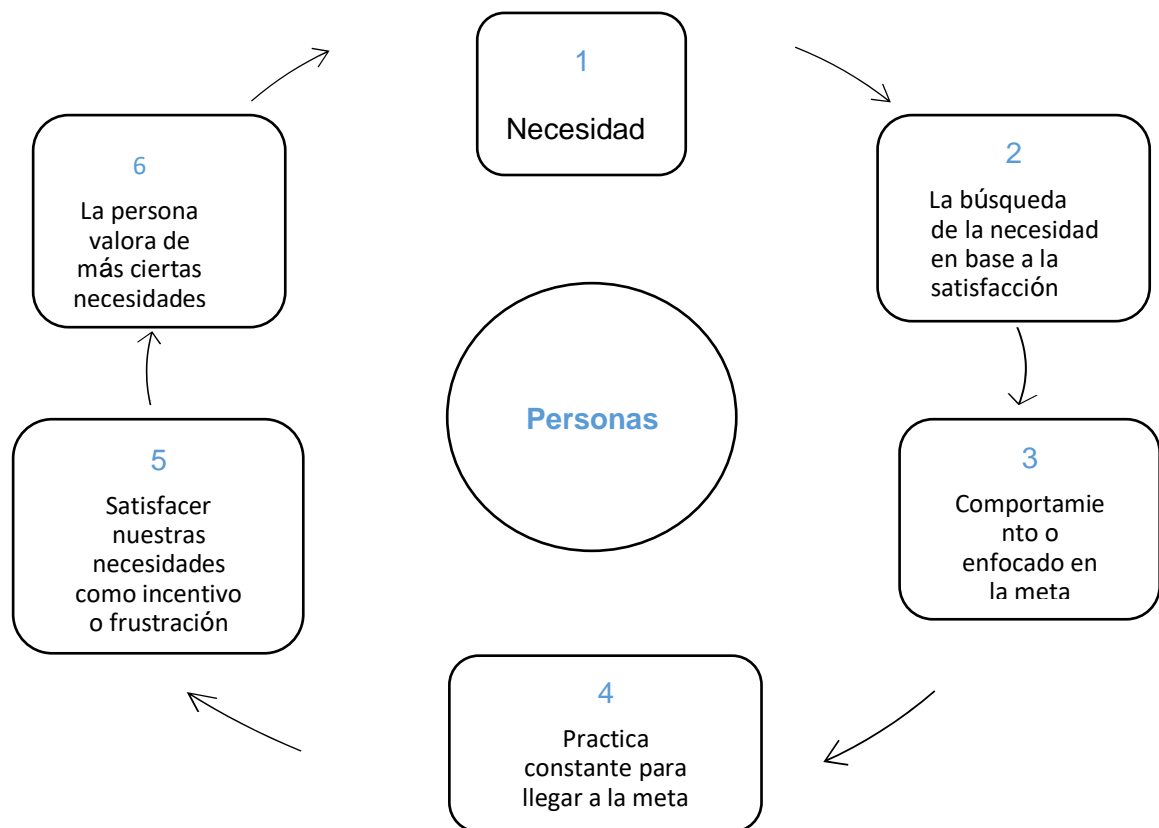
Sobre este mismo punto González (2008 como se citó en Sum 2015) afirma que es un desarrollo que efectúa cada persona y lo hace de una manera interna en la cual se ve reflejada la complicidad que tiene con el mundo que la rodea y también hacia otros individuos sé intuye que la motivación es reglada por una actividad que proviene de la persona a través de una serie de conductas. Así mismo Vaca (2017) define “la motivación es una orientación las cual te induce a realizar acciones que lleva a los individuos de trazar sus metas” (p. s.n). Los dos conceptos plantean que la motivación es una realización que para el individuo significa porque todo conlleva a un fin que está vinculado con la conducta del mismo.

Según (Chiavenato,2010, p.236) motivación es una sucesión que se da de manera psicológica que también va de la mano con la percepción para llegar a un fin determinado puede ser hacia unas actitudes en la que se desea llevar a cabo o un aprendizaje esto indica que debemos comprender la conducta de la persona para que se sepa interactuar con el entorno del mismo, así pues, la motivación es una parte fundamental para que la persona decida por voluntad propia realizar algo.

Para finalizar podemos concluir con que la motivación es una necesidad la cual se va creando hacia un fin determinado, también podemos inferir que esta es la respuesta de las actividades de los individuos a su vez, la motivación está relacionado con la voluntad y es un comportamiento los cuales incitan hacia una acción dirigida por el propio organismo cuando existen metas y así poder ser concluidas.

Figura 1

Modelo simple del proceso de motivación



Fuente: (Chiavenato,2010) elaboración: propia

Para hablar sobre la motivación laboral podemos empezar diciendo que se inició en 1700, en Europa, en donde existían talleres los cuales empezaron a transformarse en industrias, donde centenares de personas hacían una producción de máquinas.

Al momento de tocar el tema sobre motivación laboral existen varias teorías en donde encontramos distintas definiciones esto es porque depende del punto y situación en la que esta está planteada. Respecto (Marín, Ruiz & Henao,2016) sostienen que la motivación en el ámbito laboral es concepto de estímulo psicológico en donde la persona es impulsada a realizar en su centro de trabajo. Por ello es que la motivación laboral estimula que la persona puede llevar a cabo una acción donde pueda satisfacer dicha necesidad a su vez que la persona se encuentre satisfecha con dicha acción.

Hoppock (citado en Lee, Yang and Li,2017) manifesto job satisfaction as a psychological and physiological aspect of the person's satisfaction in relation to work. Apreciamos que la motivación laboral es un aspecto psicológico que hace que nos lleve a un fin y que este fin sea culminado de manera exitosa de manera que sigamos sintiéndonos motivados laboralmente con nuestro trabajo día a día.

Para Sotelo, Almaguer & Quintero (2016) Entender el comportamiento de los colaboradores de un trabajo, las entidades empresariales usan estrategias donde buscan mejorar la motivación, por ello es que esta definición nos puede ayudar a entender cómo los colaboradores de un trabajo deben trabajar en equipo para el bien de todos.

Por último, tenemos un enfoque crítico, este enfoque nos plantea que las personas deben tener como factor principal la motivación de ellos mismos. Por ejemplo (Sum,2015) define que la motivación laboral es una mezcla de fuerzas tanto internas como externas las cuales nos ayuda a dar lo mejor de uno. Analizamos que el autor a partir de los trabajadores hace un enfoque hacia la motivación para llevar a cabo un resultado positivo junto con desempeño que cada colaborador brinda.

Finalmente optamos por decir que la motivación laboral es un foco el cual nunca debe apagarse en el ámbito laboral puesto que es el principal factor para que una empresa salga adelante a diario a su vez con el equipo de trabajo siempre este en la mira la meta de este.

Sobre nuestro entender, la satisfacción laboral debería enfocarse en varias área de una organización ya que su principal componente es el desempeño en la parte laboral, sobre esta línea de investigación tenemos a De la Cruz ,Epalza y Orozco,(2017,p.s.n) nos dice que el mundo laboral llega a cubrir las necesidades y también favorece la sensación de satisfacción en la vida laboral, o sea, que este tipo de motivación depende de individuos que uno pueda rodearse en dicho ambiente y a su vez cómo estos contribuyen con las percepciones que el individuo tiene.

Para finalizar, Shaju (2017) define que la satisfacción laboral llega a ser un componente el cual se debe considerar al momento de comprender a la motivación del empleador. Concluimos así que la satisfacción laboral cubre la necesidad del desempeño en un centro de trabajo a su vez podemos indicar que para tener una adecuada satisfacción laboral debe de comprender del trabajo en equipo ya que si las personas que rodean a un individuo en su centro de labor no son las adecuadas esta satisfacción no se dará a notar.

En base a la motivación y satisfacción laboral (Vásquez citado en Calle y Gálvez,2017) define los temas de motivación y satisfacción del ámbito laboral están siendo vistos de manera preocupante ya que ambos componentes son fundamentales al momento de abordar el tema de atención así mismo también de la calidad que se pueda brindar. De manera que estos dos factores deben ir de la mano ya que esto permite que las personas tengan una buena actitud a la hora de estar en un trabajo. Según (Marín y Placencia,2017)"activar nuestro estado interno con el agente motivación laboral es un objetivo y la satisfacción laboral deriva de experiencias laborales de un individuo"(p. s, n).

Concluimos que la motivación es fundamental para cualquier individuo en un ambiente laboral, así como tener una satisfacción laboral positiva incrementa mucho al momento de llegar a los objetivos de una entidad empresarial.

Continuando tenemos el punto de vista de (García y Forero,2013) en donde expone que el orden organizacional, así como el de la motivación, ambos elementos son quienes influyen fuertemente en los individuos al momento de realizar una tarea laboral.

Lo cual quiere decir que si una persona está bien motivada en su lugar de trabajo por consecuencia, esta dará lo mejor de sí en dicho centro de trabajo ,esto beneficia al desarrollo de su desempeño al ejercer dicha labor por consecuencia tendrá una satisfacción laboral fortalecida en la motivación de querer desarrollarse en el campo laboral, Desde otro punto se indica que ambos componentes son paralelos, la satisfacción laboral por lo general siempre será vinculada con la motivación"(Aziri,2011).Este enfoque crítico infiere ambos factores son dos elementos que deben ir de la mano para conseguir resultados satisfactorios y crear un ambiente en donde una persona esté contenta en su labor de rutina.

Por otro lado, según Aguirre y Rincón (2017) ellos infieren que tanto la participación que pueda generar un trabajador en su trabajo, así como la satisfacción que se genere en dicho lugar es de suma importancia ya que ayuda al éxito a su vez se debe tomar en cuenta que ambos factores están vinculados, esto quiere decir que este tipo de satisfacción viene de un comportamiento que nace en un ambiente laboral y que la motivación la parte psicológica que induce a un trabajador ejercer su labor. Se concluye así que ambos aspectos son esenciales y básicos para una formación de un centro de trabajo.

Para finalizar, la satisfacción laboral junto con la motivación tiene conceptos similares en diversos autores, en donde se interpreta que el resultado final juntando estos dos factores se obtiene como resultado el logro de metas y un buen ambiente laboral en donde una persona se desempeñe de manera óptima.

La teoría de la motivación es utilizada en varios conceptos ya que es una palabra

que se define en diversos conceptos desde distintos puntos de vista. Según SODEXO “Nos referimos, pues, a una cuestión de interés general y, gracias a esto, muchos son los que han centrado sus investigaciones en esta cuestión, planteando diferentes modelos.” (información sacada de la misma página web).

Según (Maslow, 2012, p.s.n) manifiesta que la teoría de las necesidades está consolidada en personas que desean llevar una vida plena y satisfecha, apreciamos que este autor sigue la misma línea que (McLeod,2013), ambos autores plantean que la teoría de Maslow es la que motiva a los individuos a sentirse con la necesidad de satisfacer dicha necesidad.

La teoría de las necesidades se clasifica en dimensiones de acuerdo a su intensidad de necesidad y como es recibida por el individuo (Chiavenato,2010, p.241) que nos dice:

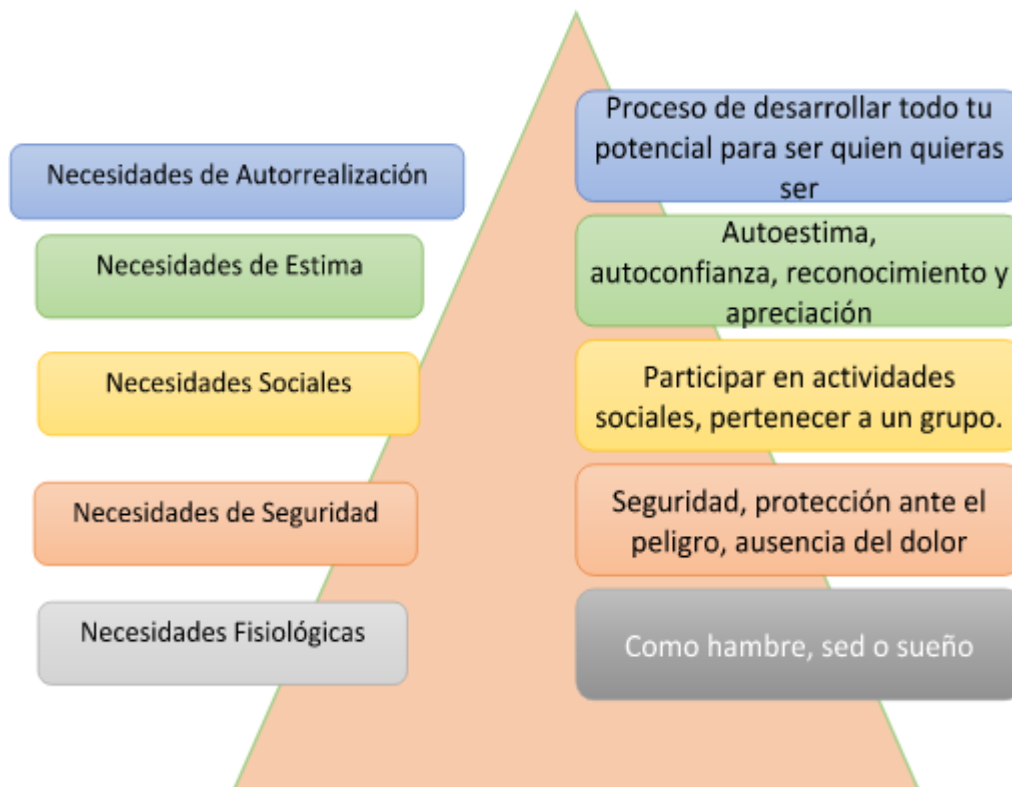
Maslow reconoció las necesidades de:

- Las vitales: protegerse y alimentarse
- Seguridad: estar libre de riesgos
- Las sociales: amistad
- De estima: relacionadas con la percepción
- Autorrealización: las más elevadas del ser humano.

En conclusión, podemos decir que las necesidades son para satisfacerlas a su vez se deja ser un motivador en cuanto a la conducta, por ende, si dicha necesidad es satisfecha dejará de ser importante por ello es que las personas se esfuerzan en cubrir dicha necesidad.

Figura 2:

Pirámide de Maslow



Fuente: Elaboración propia.

Frederick Herzberg desarrolló la famosa teoría de los dos factores se desarrolló por los años 50's, en ella se enfoca que la satisfacción y la insatisfacción laboral son producto o resultado de una serie de factores. Según Chiavenato (2010) nos dice que Herzberg dedujo que el trabajo que realiza una persona depende de dos factores los cuales están en relación a estos factores, así como el factor motivación. Apreciamos que el investigador enfoca y centra su análisis en una perspectiva de un ámbito ambiental a su vez, los factores higiénicos poseen una capacidad la cual es confinada donde se puede aprovechar en influir en el comportamiento de los empleados.

Para Gutiérrez (2013), como para muchos, la teoría de los dos factores varía de acuerdo al nivel de satisfacción a través de ciertas condiciones específicas que producen esos sentimientos, llegó a la conclusión que existen dos los cuales influyen a los de factor higiene y el factor motivo. Por ello se concluye que estos

dos factores van de la mano para poder obtener resultados positivos a largo plazo.

Sobre la teoría de Herzberg se han escrito diversas perspectivas por ello existe algunas que tienen un enfoque de complementariedad, por ejemplo (Taormina & Gao,2013),indica que la teoría de los dos factores está relacionado con la teoría o mejor dicho con la jerarquía que Maslow maneja pero a cambio Herzberg añadió más factores para poder medirse la satisfacción en el centro laboral (156), apreciamos que el autor dice que Herzberg tiene como base la teoría de Maslow, pero este añadió más factores para poder medir en base a la parte laboral la motivación que las personas pueden generar a través de ella.

Según nuestro entender, esta teoría tiene un enfoque compuesto por dos factores la satisfacción e insatisfacción,sobre esta línea tenemos a (Fauziah ,Kian y Mohamed,2013) que nos dice que el factor motivación intrínseca es quien podrá reflejar en los trabajadores una satisfacción en su trabajo y por otra parte los factores de higiene también son intrínsecos ya que pueden evitar una insatisfacción sea, qué para el factor motivación se necesita que sea de una manera intrínseca que nazca de uno para que esto dé como resultado una satisfacción en el ámbito laboral y a su vez esta se incrementa por dicha motivación.

Por otro lado, tenemos el enfoque laboral el cual nos dice que Los factores higiénicos son un requisito indispensable para para una empresa con relación a un empleador esto incluye un sueldo monetario a su vez de estar en óptimas condiciones y relacionarse socialmente para Chiavenato (2010) la mejor manera de evitar el factor insatisfacción es que los motivos deben ser excelentes.

Hay factores de insatisfacción esto incluye

- Paga percibida
- Óptimas condiciones para la comodidad

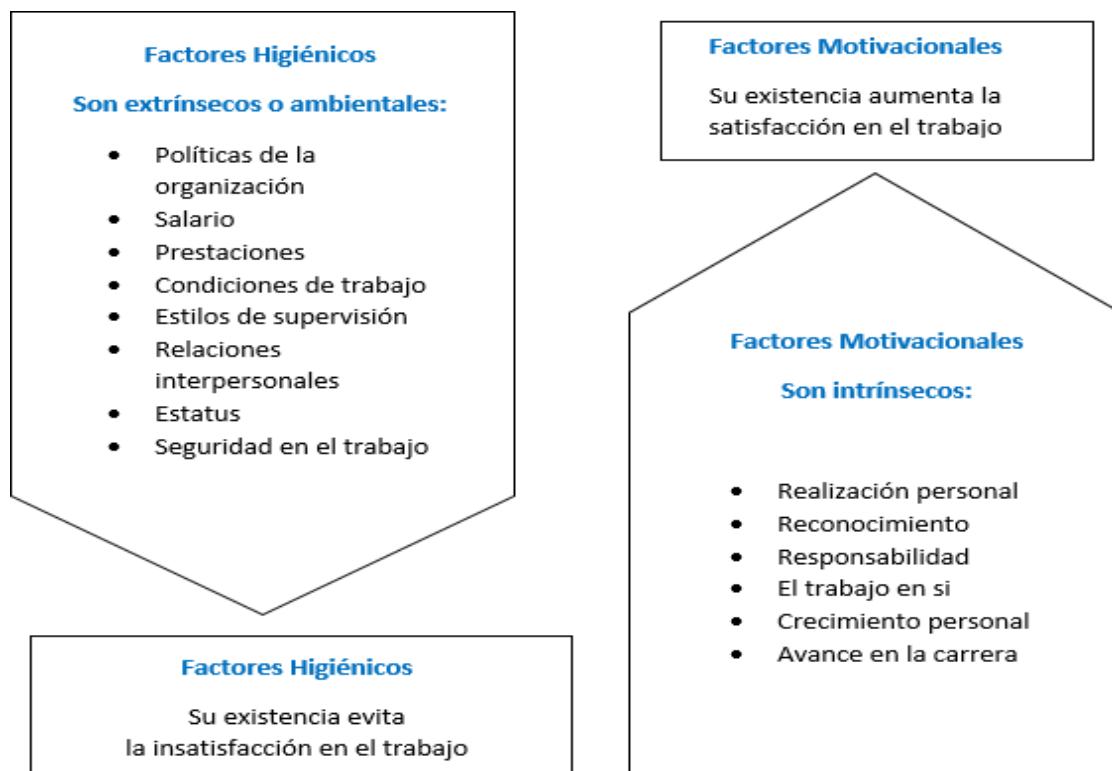
En cuanto a los factores de motivación hace referencia a las actividades en cuanto al perfil de la persona que se realiza entorno con

- Responsabilidad absoluta por realizar labores
- Tener bien fijados los objetivos de la empresa
- Realizar un autoexamen de cómo se desempeña en su trabajo.

Concluimos con esta última imagen que la parte opuesta de la insatisfacción no es producto de la satisfacción más por el contrario, es que existe una ausencia de satisfacción. Cada factor por lo expuesto en la imagen tiene su propia dimensión. La teoría de Herzberg es aquella donde las condiciones internas del individuo son conducidas por los sentimientos de realización o satisfacción personal, también se ve relacionada con ciertas necesidades de nivel secundario que evita la insatisfacción de trabajadores.

Figura 3:

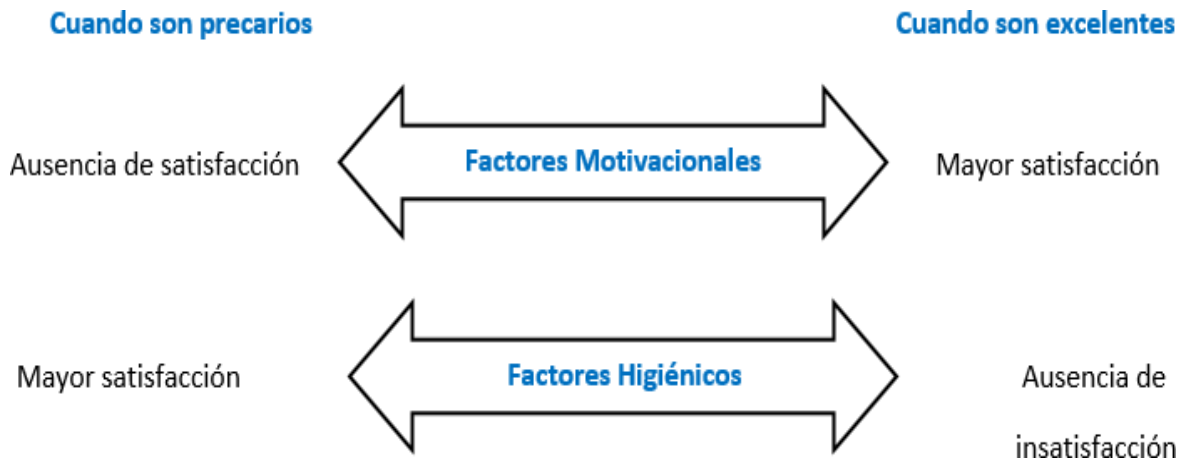
El efecto de los factores higiénicos y los motivacionales



Fuente: Chiavenato.2010 Elaboración: Propia

Figura 4:

Los factores que producen satisfacción o insatisfacción



Fuente: Chiavenato 2010 Elaboración: Propia

McClelland en el año de 1961 dice que la motivación de una persona puede que se deba la constante búsqueda de poder dominar ciertas necesidades para que se pueda estar satisfecho estas son la afiliación seguido de la necesidad de logro y finalizando con la necesidad de poder.

Sobre la teoría de las necesidades de McClelland varios autores desde distintos puntos de vista le han dado un enfoque laboral ,educativo,psicológico,administrativo entre otros , en este caso abordaremos perspectivas las cuales más se relacionan a nuestro tema con respecto a nuestro enfoque laboral tenemos a Naranjo (citado en Araya y Pedreros,2010) se percibe que McClelland indica que existen tres motivos por los cuales las personas sienten necesidades basadas al logro ,afiliación y poder así mismo, los propios individuos se comportan de una manera en donde se ve afectada la parte del desempeño en muchos lugares de trabajo con relación a las tareas que una persona puede ejercer, apreciamos que esta teoría en el enfoque laboral busca un fin en el trabajo, el cual indica que las tres necesidades son de motivaciones sociales que impactan en las labores de trabajo y las tareas que estos realizan.

Por otro lado, tenemos el enfoque administrativo de McClelland, este enfoque plantea que los directivos no pueden hacer todo por sí mismos y, por la parte ejecutiva no puede resolver ni realizar todas las labores de una empresa, se necesita de apoyo un equipo de trabajo para realizar las tareas que faltan ser ejecutadas así mismo,

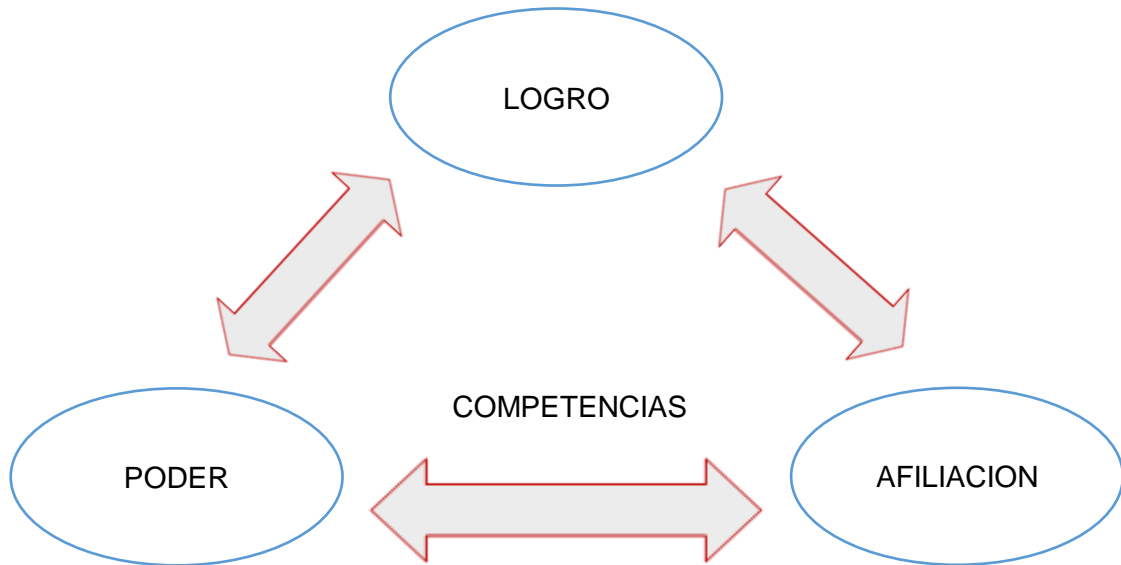
McClelland intuyo esto y se percató que las necesidades de logro no son la respuesta para poder realizar el éxito total. (McClelland, citado en Whelan,2014), por ende, este planteamiento explica la relación entre empleado y gerencia, explica como un encargado de una entidad no puede realizar todo sin tener la ayuda de un empleador.

Así mismo en el ámbito psicológico tenemos a (Guillen Saris,2013, p.68) "McClelland's Based on the theory of necessity, it was concluded that "power" has a high impact in relation to the rewards of the dimensions of power, achievement and affiliation. Apreciamos que el autor indica que el "poder" impacta en las recompensas de cada una de las tres dimensiones por ello es que las empresas deben y tienen que dar importancia a esta palabra ya que es un motivo por el cual las tres necesidades se puedan ejecutar de manera en la que la empresa obtenga resultados de beneficio para sí mismo.

Finalmente apreciamos que esta teoría es muy importante para llevar a cabo objetivos de una empresa la cual este en relación con las tres necesidades que McClelland's detalla en su teoría por consecuencia las entidades empresariales deben saber cómo manejar a su equipo de trabajo el cual ira de la mano con los ejecutivos para llevar a cabo la realización de metas de dicha empresa.

Figura 5:

Teoría de McClelland's



Fuente: Elaboración propia

Sobre la teoría de la expectativa se escriben diversas definiciones, desde distintas perspectivas laboral, psicológica, persona. por ejemplo (Risk,2019) nos indica que esta teoría se desarrolló para poder revelar niveles en relación a la motivación de las personas y esta se hace más significativa al momento de desarrollarse en la parte labora. Apreciamos que el autor tiene un enfoque dirigido a la parte laboral el cual indica que las personas optan por varios comportamientos con relación a las labores que puedan ser realizadas por un equipo de trabajo o percibir las también de manera individual.

Por otra parte, la teoría de expectativas se le conoce también como teoría de la expectativa, desde un enfoque de la necesidad de la persona según Chiavenato (2010) indica que esta teoría nos brinda una explicación en donde las personas pueden elegir tener un comportamiento ante diversas opciones que se les interponga en ese momento. Inferimos que las personas son quienes de acuerdo a los resultados que pondrán en consideración la conducta que estos tienen por ello la relación del comportamiento con la teoría puesto que todo depende de la decisión que pueda tomar el individuo con respecto a la situación que este pueda pasar para poder reaccionar ante los resultados que estos buscan.

Por otra parte, tenemos la postura de otro autor quien indica en como un reconocimiento va de la mano del comportamiento de manera que este autor indica que es importante contar con el esfuerzo de la persona. Esta nos explica que Vroom creo esta teoría empezando por tener como solidez o base a la expectativa para así entrar a un proceso el cual puedas desarrollar en tu ámbito laboral, él nos indica que juntando estos factores nos da como resultados la persistencia y también el esfuerzo en que se pueda desarrollar un caso. (Girado.2019, p.170).

El autor indica que las personas buscan como recompensas un reconocimiento, un salario y se analiza los comportamientos que las personas han elegido.

Finalmente, tenemos un enfoque educativo, la finalidad de este es artículo es sugerir modelos motivacionales apoyándose en la Teoría de las expectativas. Por ejemplo:

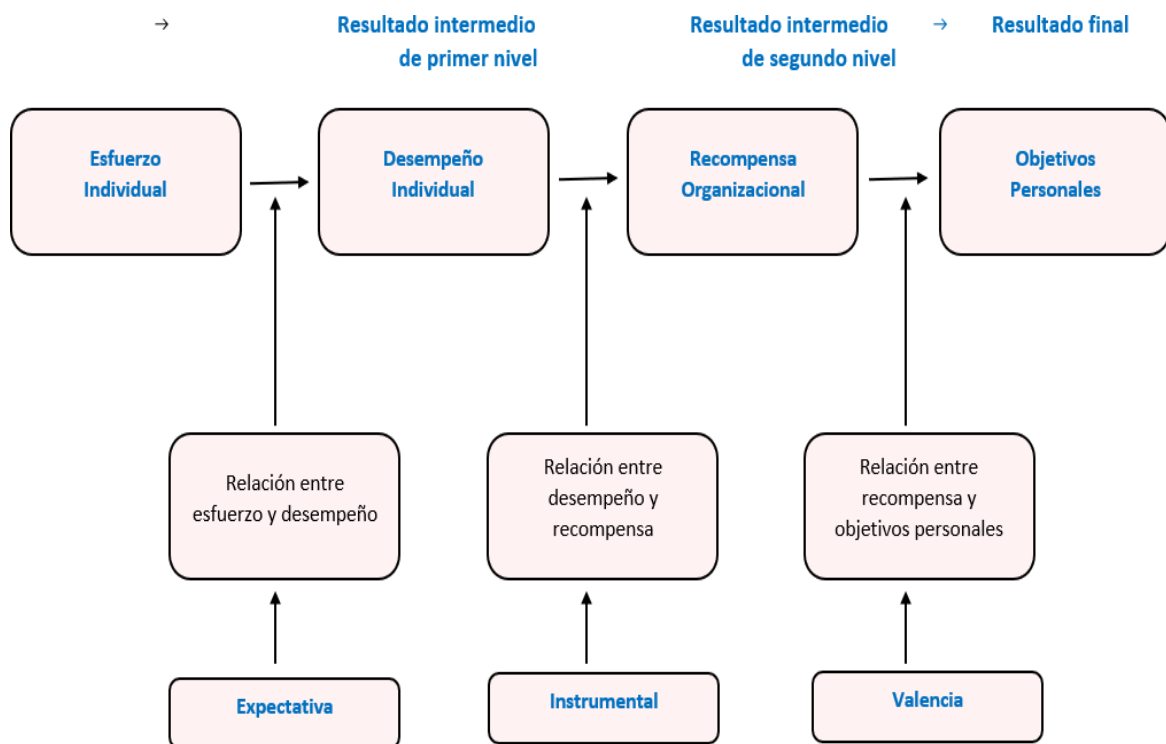
“Motivational modeling for students in the education system using ‘Reward and punishment based on Expectancy theory. In this model, the motivation of each student is evaluated by the reward or punishment given by the teacher based on expected score comparing with previous one. If the student gets higher score, he will get rewarded, otherwise he will be punished”. (Min, Xuan y Kamioka,2019, p.s.n).

Apreciamos que este autor realiza un método el cual está respaldado por la Teoría de las expectativas de Vroom que está enfocado hacia los profesores, a su vez los estudiantes son importantes ya que contribuyen su aporte para que se realice esto de manera exitosa.

Concluimos así que para determinan la motivación de dicha teoría se debe realizar alguna actividad con un fin esperado como los objetivos personales, la relación entre recompensas y expectativas, así mismo esta teoría nos induce a la conclusión de tener un esfuerzo de manera individual con relación al desempeño del mismo logrando así una meta propia.

Figura 6:

Modelo de las expectativas.



Fuente: (Chiavenato, 2010) Elaboración: Propia

En cuanto a la teoría de la equidad proviene del autor Stacy Adams que establece preguntas referentes a la recompensa e intercambio a su vez, se plantean varios enfoques los cuales analizaremos a continuación por ejemplo (Bakhtawar, 2016) nos dice que se considera que la motivación y la satisfacción del trabajo son el resultado de una comparación entre: resultados y las entradas percibidas por un empleado en relación a los resultados “con esto podemos concluir que el autor se refiere que debe existir una equidad como resultado de satisfacción.

Por otro lado, tenemos un enfoque del punto laboral de (Tamayo y Gamero) en donde se considera como una teoría de motivación humana en las organizaciones, la persona percibe la equidad comparando el conjunto de sus aportaciones “esto quiere decir que en el ámbito laboral es el conjunto de un resultado de una organización que proporciona un estatus, una autorrealización que es recibido por la labor realizado.

La teoría de la equidad surge al momento de sentir una satisfacción por parte de las personas al momento de recibir algo para Robbins(2013), “se puede definir como una proporción en la cual una persona brinda un aporte a su centro de labor y a cambio recibe una recompensa”(p.219), apreciamos que el autor indica que una persona realiza una labor a cambio de sentirse satisfecha con una recompensa por realizar dicha labor a esto se une la Administración de la compensación quien propone que la Teoría de la Equidad radica de la teoría de la motivación laboral la cual se ve distinguido en cuanto a la función que una persona pueda desarrollar ya sea ideas relacionadas a los objetivos de obtener recompensas o castigos en base al desempeño o la satisfacción de una persona, ambos autores van en la misma línea entonces podemos concluir que esta teoría es conduce a la motivación que tiene una persona al realizar una labor sabiendo que recibirá una recompensa por ella y eso hace que esta se sienta satisfecha por el trabajo realizado.

Para finalizar, Abdelghafour Al-Madi (2012) definen la teoría de la equidad a partir de los individuos que trabajan para una organización y este a su vez presenta habilidades. concluimos que todas las teorías tienen el enfoque donde la motivación está presente en una remuneración, estatus o alguna recompensa a cambio de realizar lo propuesto.

Sobre la motivación intrínseca han escrito diversas posturas desde innumerables perspectivas, tenemos desde un enfoque laboral, psicológico, personal, educativo entre otros, a continuación, abordaremos 3 perspectivas que más se asemeje a nuestro tema y de esta manera buscar un mejor análisis sobre el informe.

Con el enfoque laboral vemos que la motivación intrínseca es quien e alguna manera satisface ciertas necesidades desde el punto de contenido de trabajo así mismo del trabajo que se ejecuta (Rivera,2014),apreciamos que esta teoría busca un fin laboral, en el cual se proyecta que la motivación se encuentra internamente, ósea tiene que nacer de nosotros mismos para realizar alguna actividad esto trae como beneficio el éxito a su vez esta motivación tiene un mayor énfasis al momento de realizar un trabajo donde implique una serie de servicios.

Por otra parte, tenemos el enfoque personal, esta definición aborda la motivación intrínseca desde las personas a base de sus sentimientos y satisfacción es decir este tipo de recompensas intrínsecos un factor que influye en las recompensas que son básicas (Fernandez,2017), por ende, este enfoque busca explicar la influencia que la motivación intrínseca tiene en las personas para satisfacer sus necesidades.

Finalmente tenemos un enfoque psicológico este enfoque busca una razón por el cual la motivación intrínseca es importante por ejemplo para Fischer, Malycha y Schafmann (2019, p.s.n) manifiestan en su artículo de revista sobre la influencia de la motivación intrínseca y también sobre los factores extrínsecos que son sinérgicos cuando se trata de innovación que la motivación intrínseca es característica por una valoración de manera personal y también atractiva. ellos nos dicen que el desempeño creativo es un desempeño que fluye de manera positiva en relación a la motivación intrínseca, se concluye que la motivación intrínseca tiene un enfoque hacia la parte creativa de la persona sumándole lo positivo que esto genera para dicha persona, así mismo esta motivación es una de las llamativas ya que impulsa de manera propia realizar ciertas cosas que la persona desea hacer.

Concluimos así que la motivación intrínseca es un tipo de motivación que depende del mismo individuo si desea realizar algo o no y esta a su vez, no espera algo a cambio y brinda efectos positivos cuando este se desarrolla en un ambiente grupal ya que de esa manera se da un desempeño innovador y creativo.

Dimensiones de la motivación intrínseca

Las dimensiones de la motivación intrínseca están basadas en los resultados que son obtenidos por los trabajadores, dichos resultados se dan por el propio trabajo que estos ejercen, por ello el define estos componentes como: involucramiento, desempeño, identificación, orientación a la meta, libertad de decisión, competencia, sentido, progreso

Involucramiento: Esta dimensión va relacionada y dirigida hacia los trabajadores que laboran dentro de una entidad empresarial en donde se les da la coyuntura para poder llegar a la meta de la empresa.

Desempeño: Esta dimensión se refiere a las actitudes o comportamientos que los trabajadores tienen frente a su labor o al momento de efectuar sus funciones como tal.

Identificación: esta dimensión se refiere a las metas de una empresa y las cuales son comunicadas al personal para que ellos formen parte del equipo hacia la meta y se sientan comprometidos con él.

Orientación a la meta: son las actitudes de rendimiento y comportamiento labores la sensación de éxito que un trabajador pueda tener al momento de desempeñar su labor que eligió.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de la investigación

Esta investigación es de enfoque cuantitativo y estuvo orientado a desarrollarse de tipo descriptivo.

Hernández (2014). La investigación descriptiva es la encargada de describir los fenómenos sociales en punto determinado y una etapa temporal. Desde la óptica cognitiva se encarga de describir y está el enfoque estadístico que brindar parámetros.

El aporte que brinda la investigación fue de tipo aplicada porque a partir los resultados analizados como resultado obtendremos conclusiones las cuales brindaran los aportes. Ferrer (2010).

Mi diseño fue no experimental porque tuvo un desarrollo en cual no se manipuló o intervino en las variables independientes por parte del investigador sobre los fenómenos que ya han ocurrido (Hernández, 2014).

El diseño de mi investigación fue de tipo descriptivo porque se observó la conducta de los trabajadores de la cafetería sin influir en ella su vez, es transversal ya que como finalidad tuvo poder dar una descripción de variables a su vez se analizó la incidencia, así como la interrelación de un momento propicio (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

3.2. Variables y operacionalización

Variable de análisis: motivación intrínseca. El individuo se moviliza según las consecuencias que esta espera producir o generar (Thomas, 2005).

Dimensión de análisis: involucramiento, desempeño, identificación, orientación a la meta.

Indicadores de análisis: Involucramiento: Orientación al equipo, desarrollo de capacidades.

Desempeño: Comportamiento, empoderamiento, desarrollo de actividades.

Identificación: Metas, reconocimiento social, incentivo externo.

Orientación a la meta: Enfoque al cliente, compromiso, motivación de logro.

3.3. Población, muestra y muestreo

La población según Hernández (2014) es el total de sucesos que están en coincidencia con una serie de especificaciones (p.65).

La población estuvo compuesta por 70 de una cadena de cafeterías del local de Miraflores.

Asimismo, se utilizó criterios de segmentación:

Criterios de inclusión:

Se consideró a todo el personal del local de Miraflores Criterios de exclusión: No se tomó en cuenta para la muestra al área administrativo.

Muestra

La muestra estuvo constituida por cocineros, cajeros, área de despacho, mozos, área de limpieza la muestra es definido como La muestra hace referencia a los subgrupos de un total de población, en donde se obtendrá los datos que tiene que ser analizados y definidos con precisión (Hernández. Fernández y Baptista, 2010).

Muestreo

El muestreo que se utilizó en esta investigación fue de tipo no probabilístico, utilizando un muestreo intencional. que se refiere Hernández (2014) la muestra no probabilística es la población la cual ha sido elegida para saber las características y ver la probabilidad de dicha investigación.

Unidad de análisis: colaboradores de una cadena de cafeterías en Miraflores.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para Monje (2011) la técnica de la encuesta tiene como características obtener datos mediante las personas las cuales están dispuestas a darnos la información que necesitamos, este método es adecuado para estudiar las peculiaridades de las personas a quienes nos dirigimos.

La técnica que se usó en esta investigación fue la encuesta.

En cuanto al instrumento de esta investigación se optó por usar el cuestionario. Un cuestionario es el conjunto de varias variables las cuales se medirán, a su vez, tiene que ser coherente teniendo relación con nuestro planteamiento de problema, así como también de la hipótesis (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Validez del instrumento

Para la validez del instrumento utilizamos criterios

Validez de contenido

Para obtener la validez de contenido del instrumento se realizó un juicio de expertos, el cual estuvo conformado por 3 expertos profesionales de la Universidad César Vallejo, los cuales son especialistas en el tema de Motivación intrínseca quienes nos dieron opiniones y observaciones para mejora del instrumento, estos fueron los resultados

Tabla 2

Validación de expertos.

Expertos	Grado Académico	Opinión de Aplicabilidad
Zevallos Gallardo Verónica	Mg. Docencia Universitaria.	Aplicable
Jara Miranda Robert	DR. En adm. empresas	Aplicable
Castillo Canales Braulio	Maestro en adm. Turismo	Aplicable

Fuente: Elaboración Propia

Según los resultados obtenidos nos permitió ver que el instrumento es aplicable y a su vez este tuvo un alto grado de validez con relación a su contenido.

Confiabilidad

Para la confiabilidad del trabajo se aplicó una prueba piloto a 30 personas y los resultados fueron procesados en el SPSS, y el estadístico de Alfa de Cronbach salió el siguiente resultado, 0.882, lo cual demuestra que se tiene una alta confiabilidad.

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,877	,882	27

3.5. Procedimiento

En este apartado mencionamos el procedimiento metodológico de este trabajo de investigación, donde se describe el modo de recolección de información, así también como el control de variables, así como las coordinaciones que se dio con la institución que fueron elementales para la realización de la presente tesis.

Tabla 3

Cuadro de procedimientos.

Modo de recolección de información	La recolección de datos que se utilizara con la técnica de encuesta y el instrumento denominado cuestionario tuvieron como base a Monje (2011), (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Luego se realizará la validez de contenido con 3 expertos, la validez de constructo se realizará una confiabilidad para que sea viable. Una vez que nuestro instrumento se encuentre apto procederemos a aplicar los cuestionarios
Manipulación o control de variables	Procederemos a aplicar los cuestionarios en diversos momentos, para que la recolección de datos serán lo más objetivo posible. Cuando se obtenga la data total se procederá a revisar los cuestionarios seguido de ser enumerados para una clasificación más sencilla, las incidencias serán parte de la observación que tendrá nuestro cuestionario, para un control de variables seleccionaremos a nuestros encuestados. Así mismo, no se manipulará el cuestionario, se revisará constantemente para un mejor desarrollo de nuestra encuesta
Coordinaciones institucionales	Para conseguir nuestra muestra, se pasará a coordinar con las siguientes instituciones: 1.la cadena de cafetería

Fuente: Elaboración Propia

3.6. Método de análisis de datos

La presente investigación realizó una recolección de datos y se usó el programa de SPSS el cual ayudo a la interpretación de la estadística descriptiva, así mismo se utilizó los estadísticos descriptivos.

3.7. Aspectos éticos

La investigación respeto las normas científicas, así como también se pidió y permiso correspondiente para el desarrollo de este estudio en la empresa, así mismo este trabajo conto con la discreción que se basó en el anonimato de los encuestados protegiendo así su identidad ante la Ley y la comunidad científica.

Por otro lado, los reglamentos de grados y título de la Universidad Cesar Vallejo tienen vigente sus disposiciones, esto quiere decir que la información que se dio en esta investigación es auténtica y con conformidad al producto del presente trabajo, dejando de lado el plagio de otro trabajo de investigación.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

RESULTADOS

Sobre la motivación intrínseca en los trabajadores de una cadena de cafeterías en el distrito de Miraflores principalmente el nivel de dicha motivación es bajo esto se infiere ya que los trabajadores de dicha empresa no se sienten con la motivación ni el compromiso respectivo esto se debe a la falta de compromiso que estos tienen y a su vez la empresa no les brinda las facilidades necesarias para que ellos puedan desenvolverse de la manera esperada , esto puede traer consecuencias de manera negativa en cuanto a la relación trabajador empresa ya que sin dicha relación el colaborador denota realizar sus actividades de manera obligatoria lo cual es su deber más por el contrario debería existir un compromiso ya que es su lugar de trabajo.

Así mismo si el nivel de motivación intrínseca que se maneja es bajo como resultados tenemos a empleados descontentos y sin orientación propia a realizar mejoras u observaciones las cuales podrían ser tomadas por la cadena de cafetería ya que una empresa bien dirigida se debe al compromiso de ambas partes de no ser así , los resultados no serán lo más esperados por otra parte si bien es cierto la motivación intrínseca se maneja de manera interior por parte de cada persona , existen maneras en las cuales la empresa puede llegar hacia ellos de manera indirecta a su vez la motivación intrínseca es un buen aliado en cuanto se trata un trabajo en base a la atención esto se debe a que dicha motivación tiene mayor impulso o impacto al momento de satisfacer necesidades y a cambio recibir gratitud .

Esta cadena de cafeterías tiene buenos recursos para ser un buen lugar en donde uno pueda desarrollarse y crecer como profesional sin embargo tiene la desventaja de la falta de flexibilidad por parte de los encargados

Apreciamos que un 23.33% de los encuestados indican que la motivación intrínseca de la cafetería es baja esto refleja que en este lugar no se está desarrollando dicha motivación así mismo un 53.33% de los encuestados indican que esta motivación es media en su centro de labor, lo cual si realizamos la sumatoria de dichos niveles nos da como resultado 76.6% el cual es un número muy elevado en donde se refleja

claramente la ausencia de la motivación intrínseca en la cafetería Lucio Caffè. Por otra parte podemos apreciar que solo un 23.33% indica que la motivación intrínseca en dicha cafetería es alta y no tienen problema con ello, siendo esta cantidad un número muy bajo y a su vez refleja que existe dificultades con la motivación intrínseca en la cafetería.

Análisis inferencial

Variable Motivación Intrínseca

Para analizar estos resultados y los baremos se tuvo que usar una fórmula de estatinos así mismo, esta pasara a ser detallada para nuestra Variable Motivación Intrínseca

Cuadro de Motivación Intrínseca

Determinamos los equivalentes de la escala Likert:

Tabla 4

Tabla de escala de Likert, Motivación Intrínseca

Escala Likert	Equivalente ordinal
Totalmente en desacuerdo	1
En Desacuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5

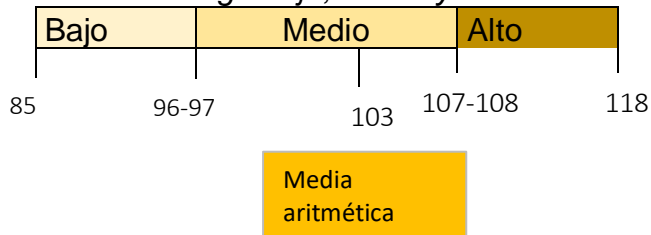
Tabla de puntos de corte de la variable Motivación Intrínseca

Puntaje nominal	Punto de corte	Rangos y niveles
Mínimo	85	Bajo
Medio	103	Medio
Máximo	118	Alto

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6

Tabla de rango bajo, medio y alto.



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7

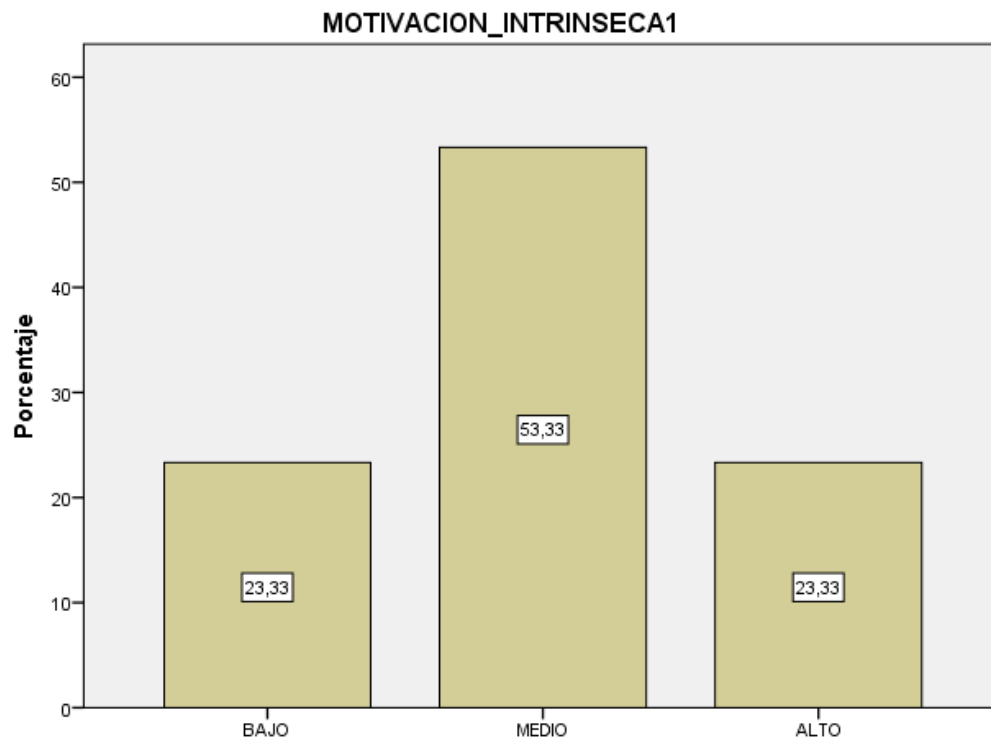
Tabla de rangos de la Variable Motivación Intrínseca

Rangos	Rango inferior	Rangos superior
Alto	108	118
Medio	97	107
Bajo	85	96

Fuente: Elaboración propia.

Figura 7

Gráfico de la variable motivación intrínseca



Nota: Fuente, Encuesta del autor.

Interpretación:

Apreciamos que un 23.33% de los encuestados indican que la motivación intrínseca de la cadena de cafetería es baja esto refleja que en este lugar no se está desarrollando dicha motivación así mismo un 53.33% de los encuestados indican que esta motivación es media en su centro de labor, lo cual si realizamos la sumatoria de dichos niveles nos da como resultado 76.6% el cual es un número muy elevado en donde se refleja claramente la ausencia de la motivación intrínseca en la cafetería lucio caffè. por otra parte podemos apreciar que solo un 23.33% indica que la motivación intrínseca en dicha cafetería es alta y no tienen problema con ello, siendo esta cantidad un número muy bajo y a su vez refleja que existe dificultades con la motivación intrínseca en dicha cadena de cafeterías.

Análisis inferencial

Dimensión Involucramiento

Para el análisis de los resultados y los baremos se utilizó la fórmula de estatinos la cual pasaremos a detallar para nuestra dimensión llamada involucramiento

Cuadro de involucramiento

Determinamos los equivalentes de la escala Likert:

Tabla 8

Tabla de escala de Likert, Involucramiento.

Escala Likert	Equivalente ordinal
Totalmente en desacuerdo	1
En Desacuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 9

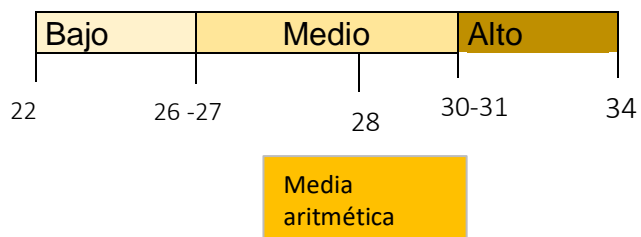
Tabla de puntos de corte de involucramiento

Puntaje nominal	Punto de corte	Rangos y niveles
Mínimo	22	Bajo
Medio	28	Medio
Máximo	34	Alto

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 10

Tabla de rango bajo, medio y alto



Fuente: Elaboración propia

Tabla 11

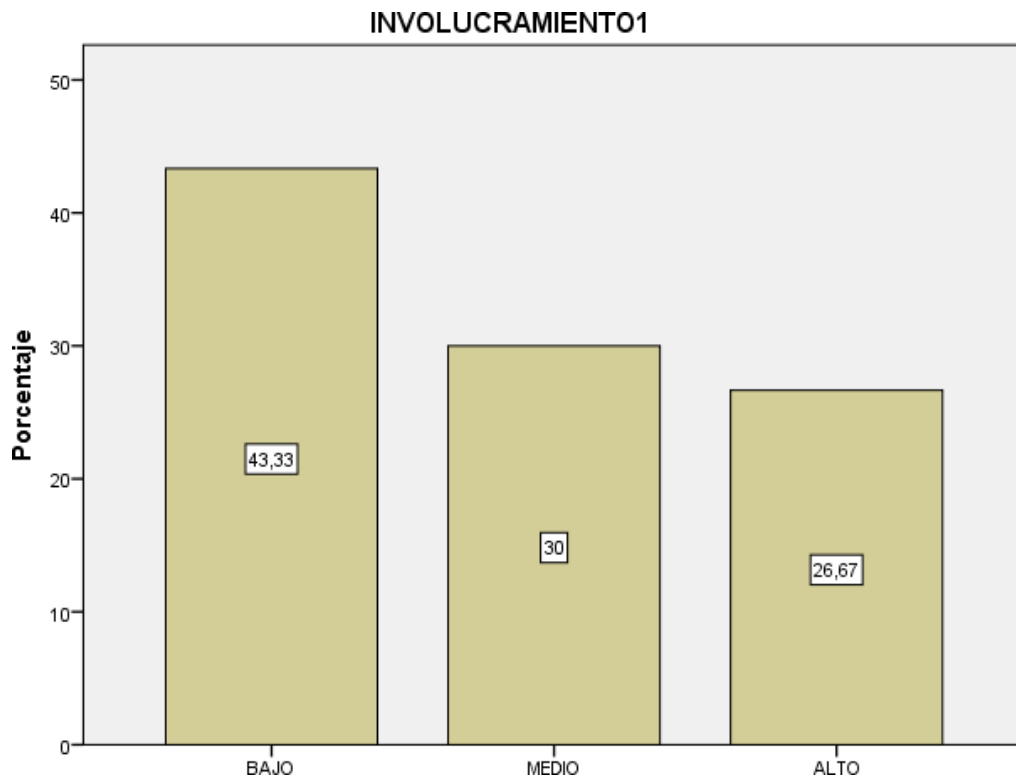
Tabla de rangos de la dimensión involucramiento

Rangos	Rango inferior	Rangos superior
Alto	31	34
Medio	27	30
Bajo	22	26

Fuente: Elaboración propia.

Figura 8

Gráfico de la dimensión involucramiento



Nota: Fuente, Encuesta del autor.

Interpretación:

Apreciamos que el 43.3% de los encuestados indica que el involucramiento que hay en la cafetería es de nivel bajo el cual indica que existe dificultades ante ello, seguido a esto un 30% afirma que el involucramiento es de nivel medio sumando esto dos niveles nos resultan que un 73% indica una cantidad de manera negativa, por el contrario, solo un 26.67% afirma que el involucramiento que se da es en la cafetería es de manera alta y sin problema. Concluyendo así que más de la mitad del personal no se siente involucrado con la empresa demostrando así la falta de dicha dimensión por ello es que talvez los trabajadores no sientan el compromiso necesario cuando realiza sus tareas diarias en dicho lugar así mismo denota que la mayoría no pone su interés por completo generando problemas a la hora de las metas de la cafetería.

Análisis Inferencial

Dimensión desempeño

Para el análisis de los resultados y los baremos se utilizó la fórmula de estatinos la cual pasaremos a detallar para nuestra dimensión desempeño

Cuadro de desempeño

Determinamos los equivalentes de la escala Likert.

Tabla 12

Tabla de escala de Likert, Desempeño

Escala Likert	Equivalente ordinal
Totalmente en desacuerdo	1
En Desacuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 13

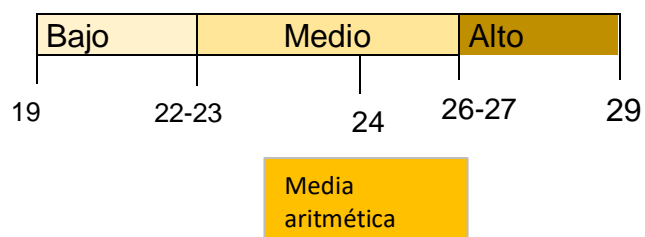
Tabla de puntos de corte de la dimensión desempeño

Puntaje nominal	Punto de corte	Rangos y niveles
Mínimo	19	Bajo
Medio	24	Medio
Máximo	29	Alto

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 14

Tabla de rango bajo, medio y alto.



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 15

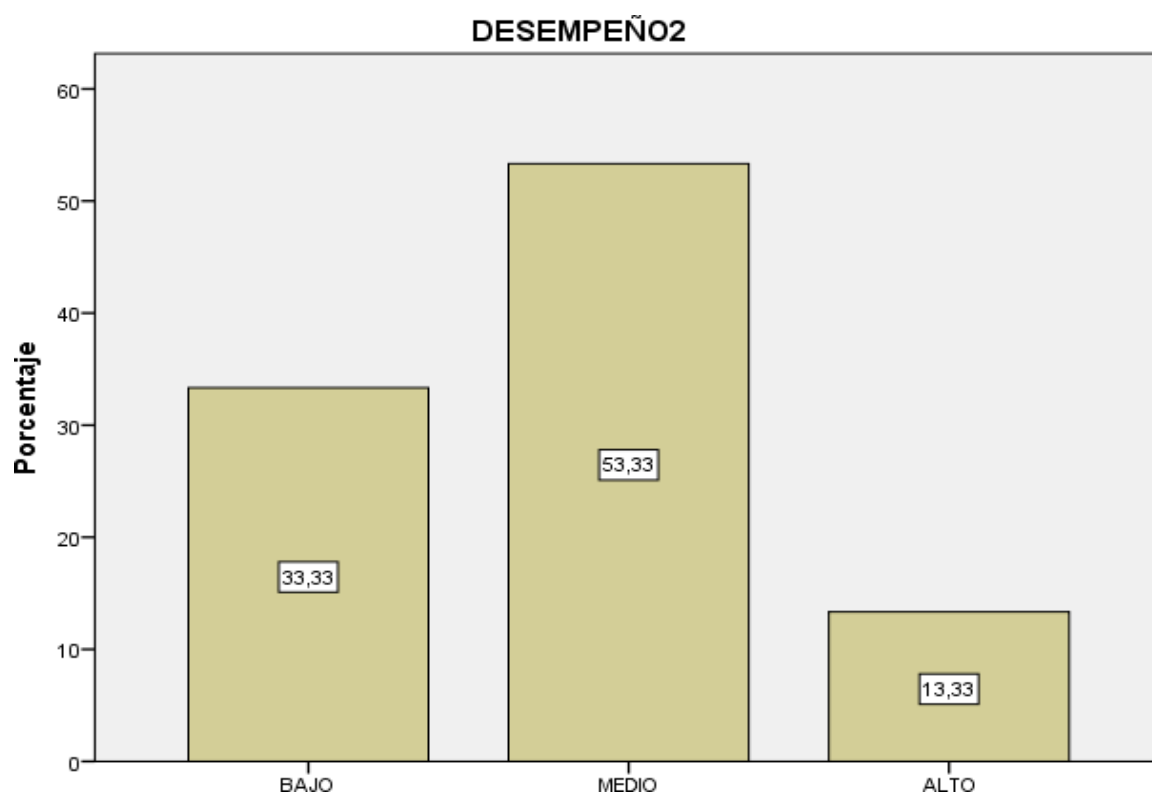
Tabla de rangos de la Dimensión desempeño

Rangos	Rango inferior	Rangos superior
Alto	27	29
Medio	23	26
Bajo	19	22

Fuente: Elaboración propia.

Figura 9

Gráfico de la dimensión desempeño



Nota: Fuente, Encuesta del autor.

Interpretación:

En el siguiente gráfico se aprecia que un 13.33% indica un alto nivel de desempeño el cual denota que no presenta dificultades ante realizar un desempeño de excelencia en la cafetería de Miraflores, sin embargo un 53.3% indica que el desempeño que se pueda desarrollar en dicha cafetería es de nivel medio el cual no es del todo satisfactorio añadiendo a ello el nivel bajo el cual está representado por un 33.3% , entre ambas sumatorias da un resultado de un 86% el cual es una cantidad

considerable lejos de tener un desempeño de manera apta en dicho lugar ya que a causa de esto puede que se genera ciertos problemas al momento de realizar las labores o tareas diarias en la cafetería.

Análisis Inferencial

Dimensión Identificación

Para el análisis de los resultados y los baremos se utilizó la fórmula de estatinos la cual pasaremos a detallar para nuestra dimensión llamada identificación.

Cuadro de identificación

Determinamos los equivalentes de la escala Likert:

Tabla 16

Tabla de escala de Likert, Identificación.

Escala Likert	Equivalente ordinal
Totalmente en desacuerdo	1
En Desacuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 17

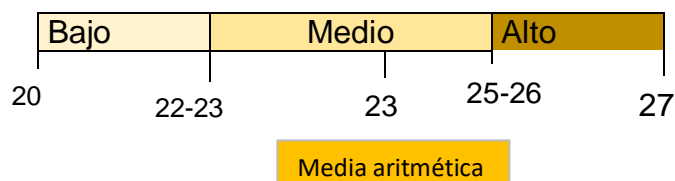
Tabla de puntos de corte de identificación

Puntaje nominal	Punto de corte	Rangos y niveles
Mínimo	20	Bajo
Medio	23	Medio
Máximo	27	Alto

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 18

Tabla de rango bajo, medio y alto.



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 19

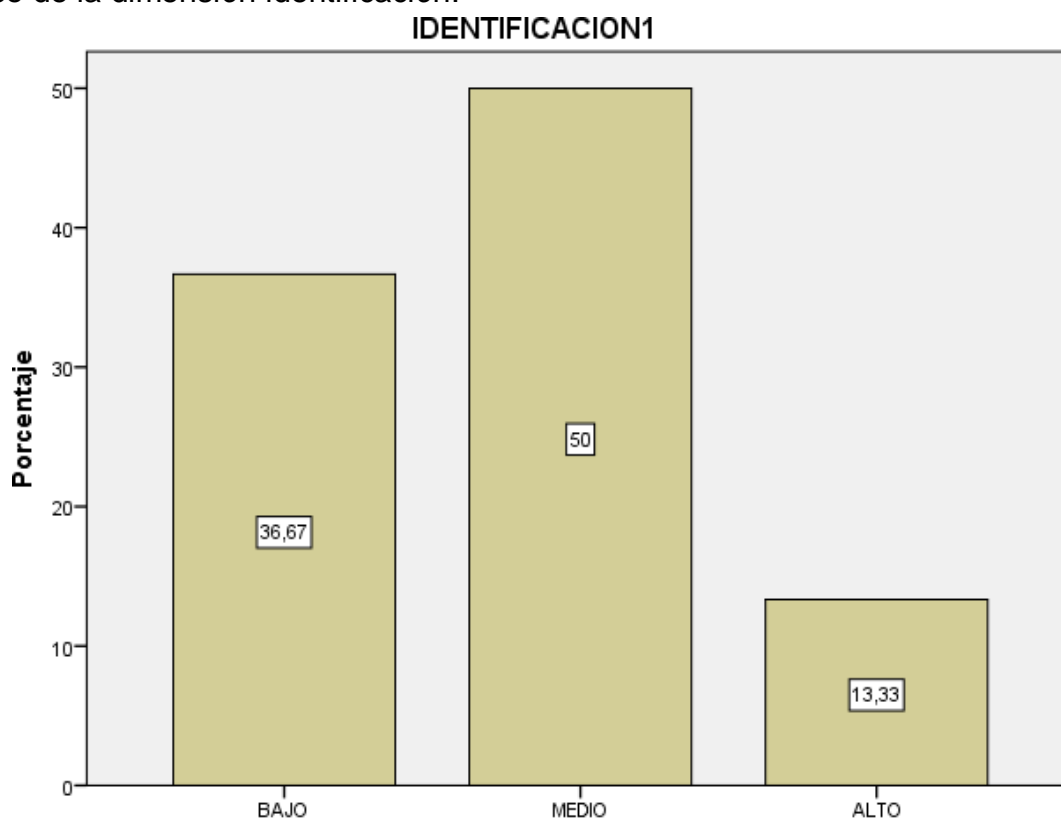
Tabla de rangos de la dimensión identificación

Rangos	Rango inferior	Rangos Superior
Alto	26	27
Medio	23	25
Bajo	20	22

Fuente: Elaboración propia.

Figura 10

Gráfico de la dimensión identificación.



Nota: Fuente, Encuesta del autor.

Interpretación:

En el gráfico podemos apreciar claramente que un 13.3% indica que la identificación que siente por parte de la cafetería es de nivel alto el cual es muy positivo ya que el compromiso y dedicación por realizar sus actividades en dicho lugar es muy bueno, sin embargo, la cantidad es mínima por el contrario un 50% de los colaboradores indican que la identificación es de nivel medio por ende es una cifra preocupante seguido a esto un 36.67% precisa que el nivel de identificación es alta esto indica que existen colaboradores los cuales no se sienten identificados con su lugar de trabajo ya que los niveles de medio y bajo son muy altos siendo esto más de un 50% del total de todos los que trabajan en aquel lugar.

Análisis Inferencial

Dimensión Orientación a la meta

Para el análisis de los resultados y los baremos se utilizó la fórmula de estatinos la cual pasaremos a detallar para nuestra dimensión llamada identificación.

Cuadro de orientación a la meta

Determinamos los equivalentes de la escala Likert:

Tabla 20

Tabla de escala de Likert, orientación a la meta.

Escala Likert	Equivalente ordinal
Totalmente en desacuerdo	1
En Desacuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21

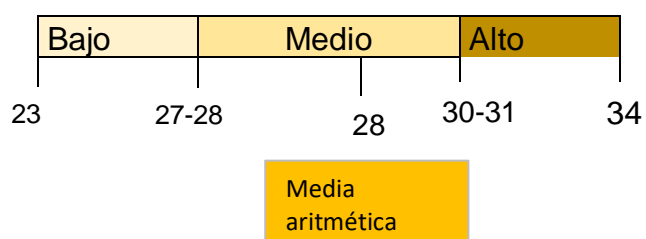
Tabla de puntos de corte de Orientación a la meta

Puntaje nominal	Punto de corte	Rangos y niveles
Mínimo	23	Bajo
Medio	28	Medio
Máximo	34	Alto

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 22

Tabla de rango bajo, medio y alto.



Fuente: Elaboración propia

Tabla 23

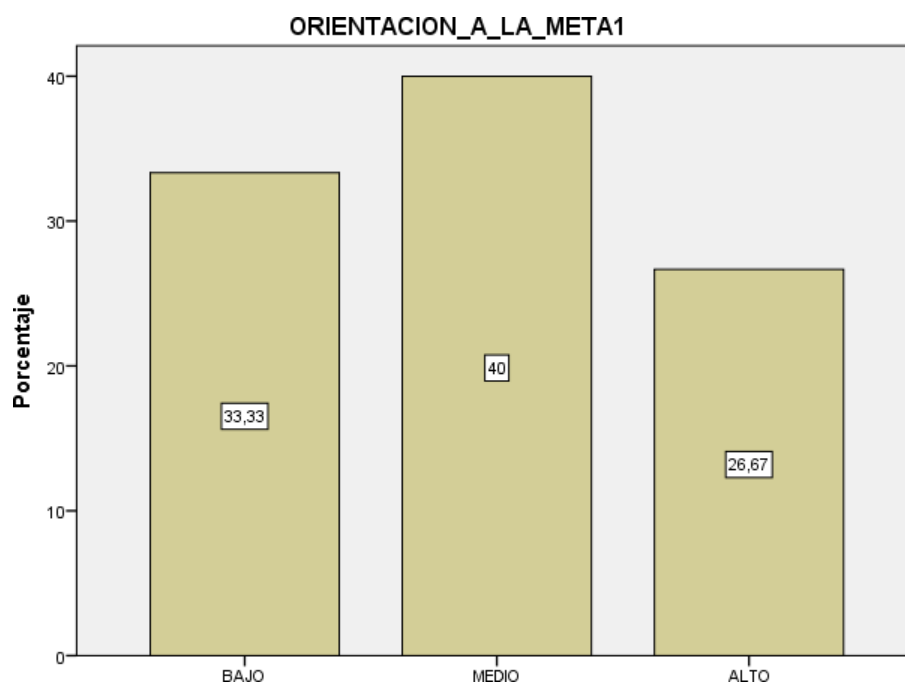
Tabla de rangos de la dimensión identificación

Rangos	Rango inferior	Rangos Superior
Alto	31	34
Medio	28	30
Bajo	23	27

Fuente: Elaboración propia.

Figura 11

Gráfico de la dimensión orientación a la meta.



Fuente, Encuesta del autor.

Interpretación:

Apreciamos que un 33.3% de los encuestados indica que el nivel que se maneja en cuanto a la orientación a la meta es de nivel bajo, lo cual es una cifra preocupante porque esto quiere decir que la orientación a la meta en los encuestados es muy baja y esto como consecuencia. Dificulta al momento de querer llegar a los objetivos propuestos por la empresa y sin el compromiso de todos los colaboradores no se llegará a dicho objetivo. Por otro lado, un 40% del nivel indica que la orientación a la meta es de precisión media esta apreciación se da gracias a que los trabajadores ejercen un compromiso y compañerismo de manera media, por otra parte, así mismo juntando ambos niveles hacen más de un 50% en que los colaboradores indican una cifra considerable de manera negativa esto quiere decir que la cafetería presenta dificultades al respecto ya que no todos los colaboradores trabajan en equipo.

Gráficos descriptivos

Tabla 24

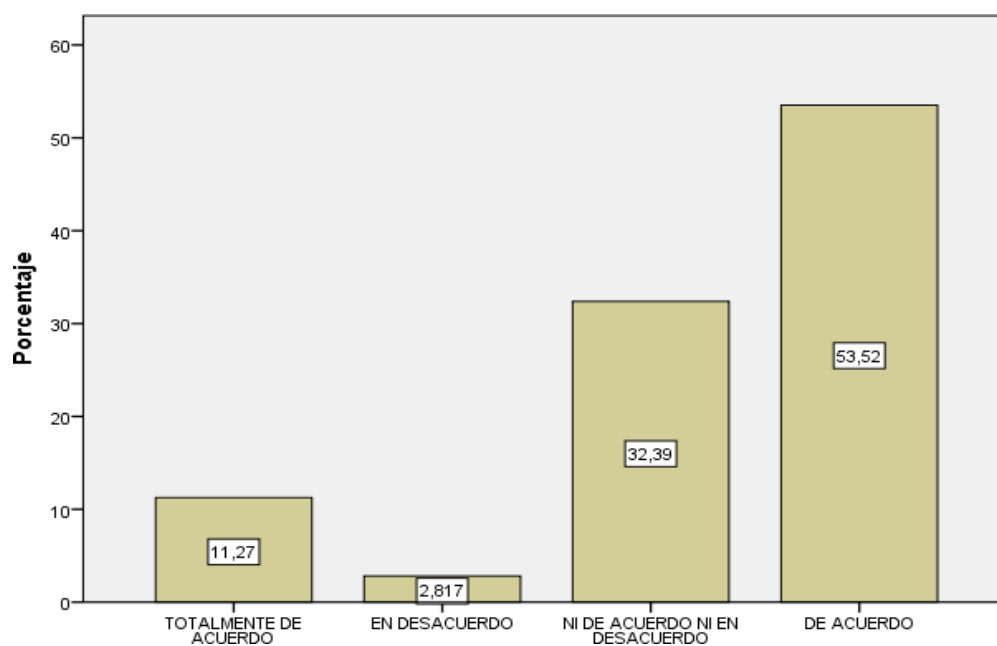
Cuadro del ítem 1

La motivación de la empresa te hace más productivo				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	8	11,3	11,3	11,3
EN DESACUERDO	2	2,8	2,8	14,1
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	23	32,4	32,4	46,5
DE ACUERDO	38	53,5	53,5	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado

Figura 12

Gráfico del ítem 1, La motivación de la cadena de cafetería te hace más productivo.



Nota: Fuente, Encuesta del autor.

Interpretación:

Sobre la pregunta la motivación de la empresa de cafetería te hace más productivo, se puede apreciar que el 11.27% se encuentra totalmente acuerdo en cuanto a la producción. Asimismo, el 2.817% denotó estar en desacuerdo lo cual evidencia un alto nivel de disgusto debido a que no existe motivación para los trabajadores de dicha cafetería esto se debe al poco interés que le puedan tomar a los trabajadores Un 32.39% de la muestra manifiesta no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, de esta manera si se realiza la sumatoria de las 2 escalas las cuales han sido negativas tenemos que un 35.207% denota que la cadena de cafetería de Miraflores presenta ciertas dificultades para cumplir con la motivación a la hora de trabajar. por otro lado, se puede apreciar que un 53.52% está conforme con dicha afirmación aquí se refleja que a pesar de algunas dificultades que presente dicha cafetería a la hora de trabajar, la gran mayoría de dicho lugar refleja estar contento y ser un trabajador productivo.

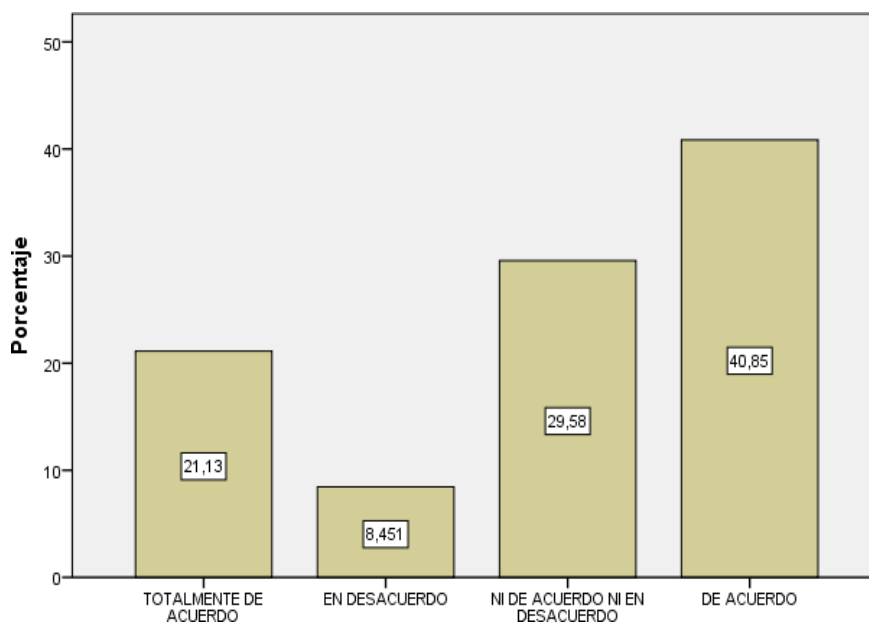
Tabla 25
Cuadro del ítem 2

El cargo y las responsabilidades que tienes en la cadena de cafetería te motivan a un mejor desempeño				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	15	21,1	21,1	21,1
EN DESACUERDO	6	8,5	8,5	29,6
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	21	29,6	29,6	59,2
DE ACUERDO	29	40,8	40,8	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 13

Gráfico del ítem 2, El cargo y la responsabilidad que tienes en la cadena de cafetería te motivan a un mejor desempeño



Nota: Fuente, Encuesta del autor

Interpretación:

Sobre la pregunta el cargo y la responsabilidad que tienes en la cafetería te motivan a un mejor desempeño se pudo ver que un 21.13 esta con una posición en la cual está totalmente de acuerdo con el cargo así mismo la responsabilidad que se tiene en dicha cafetería por otra parte un grupo mínimo de un 8,451% tiene una posición en desacuerdo , se puede apreciar que ni la responsabilidad conlleva a hacerse cargo de un puesto , en otra faceta un 29,58% dice que no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo, realizando la sumatoria del porcentaje en desacuerdo y el porcentaje de los de ni de acuerdo ni en desacuerdo se obtiene un 38.031% se encuentra en una posición negativa en donde están en desacuerdo o simplemente no intervienen en dicha premisa . muy por el contrario, un 40,85% denota con la opción que está de acuerdo con las responsabilidades que se les son asignadas en la cafería de Miraflores. En este caso las sumatorias de las opciones totalmente de acuerdo y de acuerdo hacen un total de 61.98% lo cual es más de un 50% del total esto es muy óptimo para la cafetería.

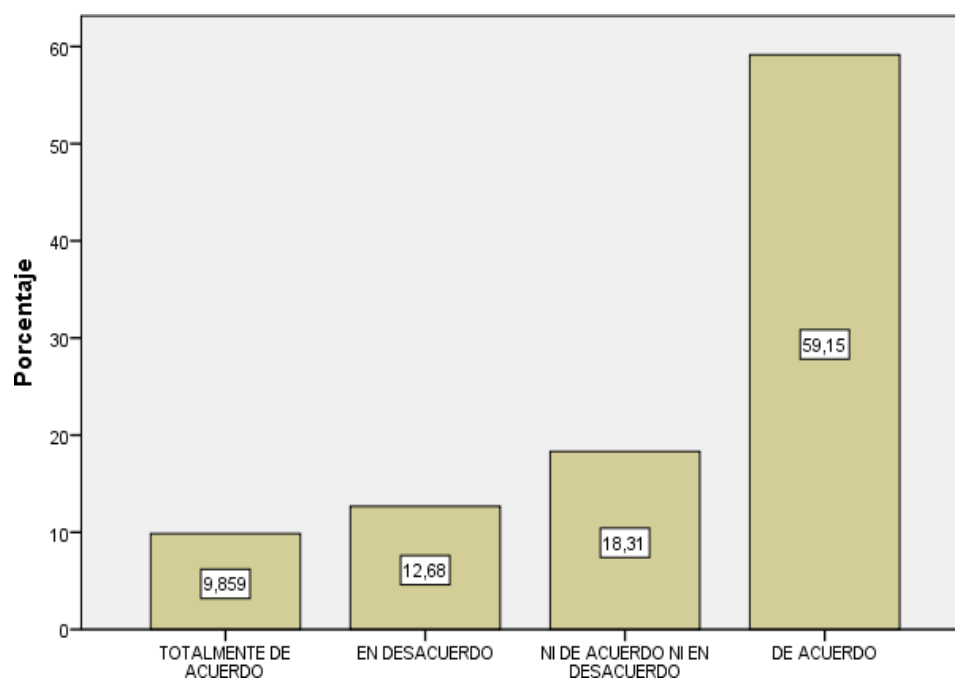
Tabla 26
Cuadro del ítem 3

Tienes la libertad de adecuar los protocolos según tu entendimiento y comodidad				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	7	9,9	9,9	9,9
EN DESACUERDO	9	12,7	12,7	22,5
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	13	18,3	18,3	40,8
DE ACUERDO	42	59,2	59,2	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado

Figura 14

Gráfico del ítem 3, Tienes la libertad de adecuar los protocolos según tu entendimiento y comodidad.



Nota: Fuente, Encuesta del autor.

Interpretación:

Sobre la pregunta Tienes la libertad de adecuar los protocolos según tu entendimiento y comodidad un 9,859% contesto satisfactoriamente en totalidad acuerdo esto es muy bueno ya que refleja la cadena de cafetería es muy flexible a la hora de adecuar protocolos o nuevas normas así mismo un 59,15% contestaron que estaban de acuerdo con dicha premisa esto quiere decir que es aceptable , por otra parte existe un porcentaje de negativa que sumando las opciones de en desacuerdo que es un 12.68% y ni de acuerdo ni en desacuerdo con un 18.31% da como resultado que un 30.99% tiene cierto recelo al recibir los nuevos protocolos que se implementan en la cadena de cafetería , esto quiere decir que se presenta dificultades . Entonces podemos concluir que a pesar de presentar ciertas dificultades la mayoría de trabajadores adecua los protocolos a su comodidad esto es muy positivo para la empresa ya que la flexibilidad siendo esto de manera positiva reflejado en más de un 50% de trabajadores puede ayudar a las mejoras que se quiere dar por los protocolos.

Tabla 27

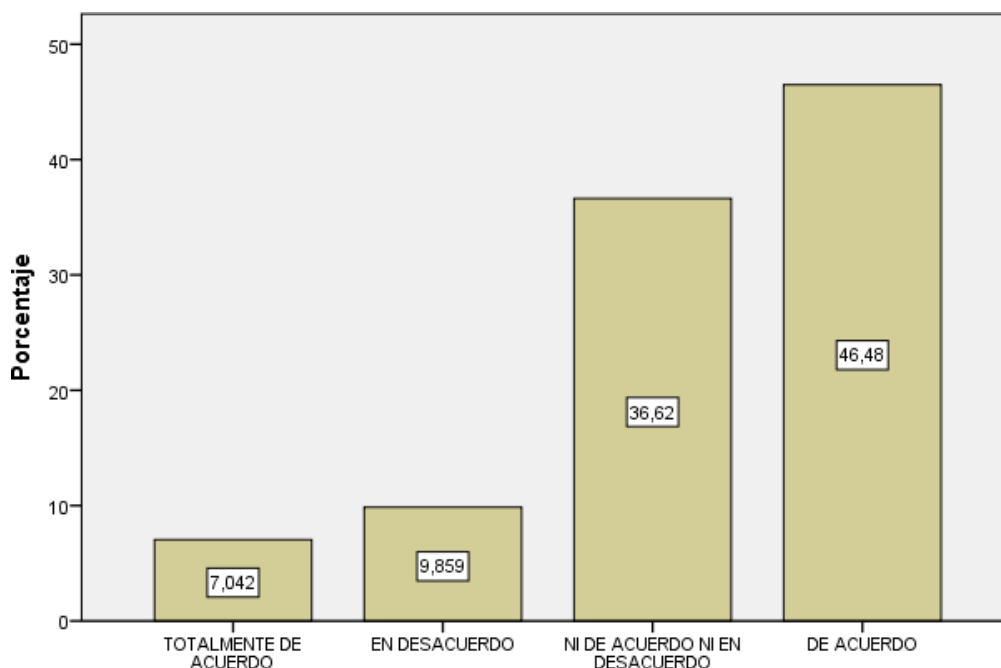
Cuadro del ítem 4

Hay libertad en aportar en la mejora de la empresa y sé que será tomada en cuenta				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	TOTALMENTE DE ACUERDO	5	7,0	7,0
	EN DESACUERDO	7	9,9	16,9
Válidos	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	26	36,6	53,5
	DE ACUERDO	33	46,5	100,0
	Total	71	100,0	100,0

Nota: Fuente, Encuesta del investigado

Figura 15

Gráfico del ítem 4, Hay libertad en aportar en la mejora de la empresa y sé que será tomada en cuenta.



Nota: Fuente, Encuesta del autor.

Interpretación:

En cuanto a la pregunta del ítem número 4 la cual es Hay libertad en aportar en la mejora de la empresa y sé que será tomada en cuenta. Existe un porcentaje significativo de un 36.62% es decir casi la cuarta parte de la totalidad de la muestra manifiesta que no está de acuerdo ni en desacuerdo así mismo, un pequeño grupo de 9.859% está en desacuerdo sumando estos dos escalas dan como resultado un 46.5% el cual es un gran porcentaje que está en una posición negativa, por otra parte también hay trabajadores que están de acuerdo con tener la libertad de aportar ideas y que estas sean tomadas en cuenta es el caso de un 46.48% el cual está de acuerdo por esa posición sumándole a esto un 7.042% que está en una posición de totalmente de acuerdo. Lo cual refleja un total de 53.5% que significa más de la mitad del personal por ende podemos dar la conclusión que, aunque existan posiciones las cuales no sienten que son tomados en cuenta existe gran parte los cuales si sienten que su opinión es tomada en cuenta.

Tabla 28

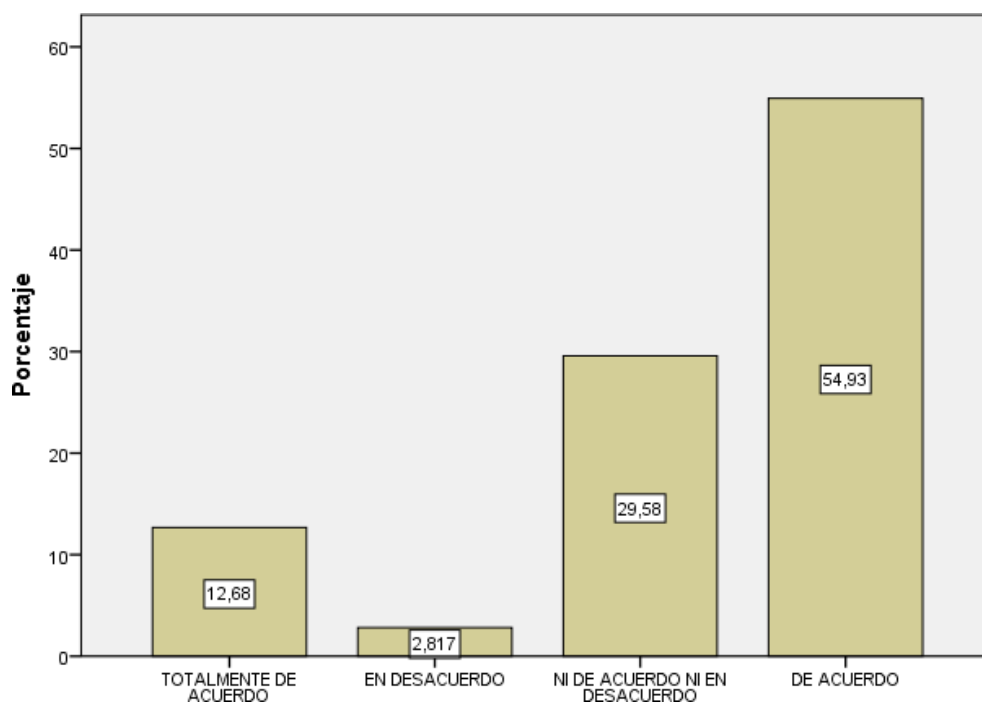
Cuadro del ítem 5

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

El desenvolvimiento en tu trabajo diario ayuda a motivar a tu equipo laboral				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	TOTALMENTE DE ACUERDO	9	12,7	12,7
	EN DESACUERDO	2	2,8	15,5
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	21	29,6	45,1
	DE ACUERDO	39	54,9	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Figura 16

Gráfico del ítem 5, El desenvolvimiento en tu trabajo diario ayuda a motivar a tu equipo laboral.



Nota: Fuente, Encuesta del autor.

Interpretación:

Sobre el ítem El desenvolvimiento en tu trabajo diario ayuda a motivar a tu equipo

laboral existen notables posiciones tanto de acuerdo como en desacuerdo por una parte está un 29.58% que simplemente no está ni de acuerdo ni en desacuerdo añadiéndole a esto un pequeño grupo de 2.817% el cual si está en una posición de desacuerdo al sumar estas dos escalas nos da como resultado que un 32.4% se encuentra en una negativa respecto al desenvolvimiento laboral que este pueda desarrollar , siendo esta una tercera parte del total de colaboradores . por otro lado, existe una gran cifra notoria con escala de “de acuerdo” el cual tiene un 54.93% el cual es muy positivo para la cadena de cafetería y por otra parte también está el grupo que se abstiene en contestar ni de acuerdo ni en desacuerdo que son un 29.58%. pero con ello podemos llegar a la conclusión que más de 50% de trabajadores está de acuerdo con que motiva a su equipo de trabajo así mismo también se ve reflejado que casi una tercera parte no está de acuerdo con dicho ítem.

Tabla 29

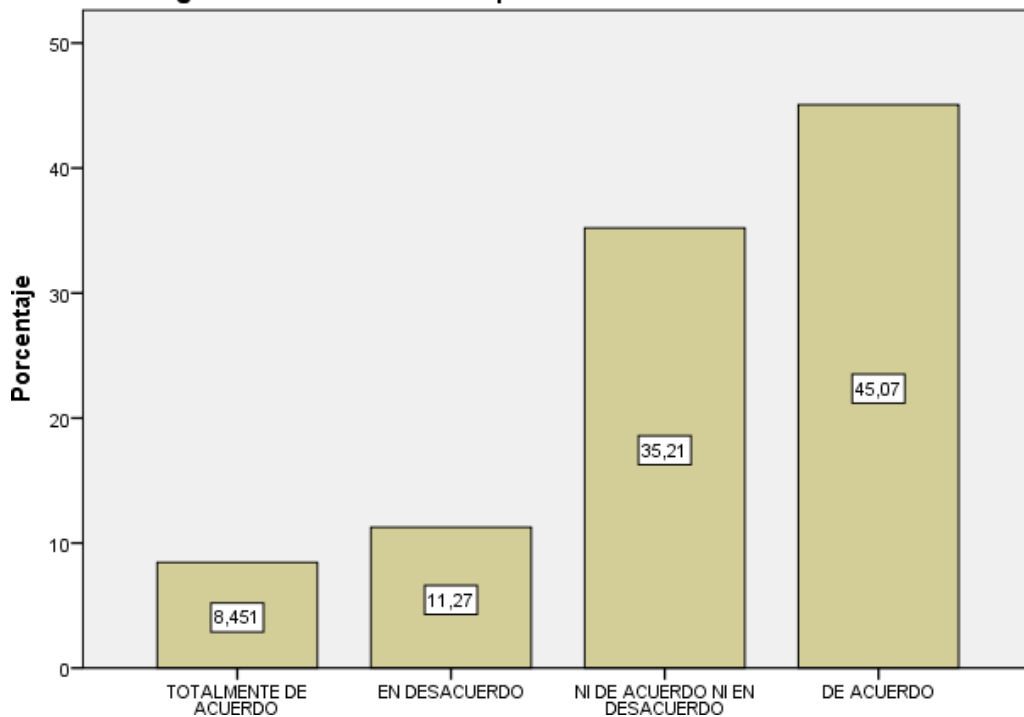
Cuadro de ítem 6

Logras desarrollar todas capacidades en tu centro laboral				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	6	8,5	8,5	8,5
EN DESACUERDO	8	11,3	11,3	19,7
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	25	35,2	35,2	54,9
DE ACUERDO	32	45,1	45,1	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado

Figura 17

Gráfico del ítem 6, Logras desarrollar todas capacidades en tu centro laboral.



Nota: Fuente, Encuesta del autor.

Interpretación:

En cuanto al ítem 6 Logras desarrollar todas capacidades en tu centro laboral se puede reflejar cifras optimas al desarrollo de capacidades dentro de la cadena de cafetería en Miraflores pues que un 45.07% indica que está de acuerdo con dicho ítem por otra parte la escala relacionada a la opción ni de acuerdo ni en desacuerdo es un 35.21% cabe relatar que esta cifra es ligeramente preocupante ya que es una más de 20% trabajadores quienes no les es benefactora esta escala, por otra parte la escala que contesta al nombre de en desacuerdo es de un 11.27% esto significa que un bajo número de trabajadores no están de acuerdo con desarrollar sus capacidades dentro de cafetería así mismo no es una cifra por la cual preocuparse ya que forma parte de un 10% del total de personal así mismo la escala de acuerdo tiene un 45.07% del 100% del total esto quiere decir que a pesar de que exista ciertas dificultades y oposiciones a realizar cada trabajador sus capacidades en cafetería esta escala es apoyada ya que solo un 8.451% está en desacuerdo con dicha premisa.

Tabla 30

Cuadro del ítem 7

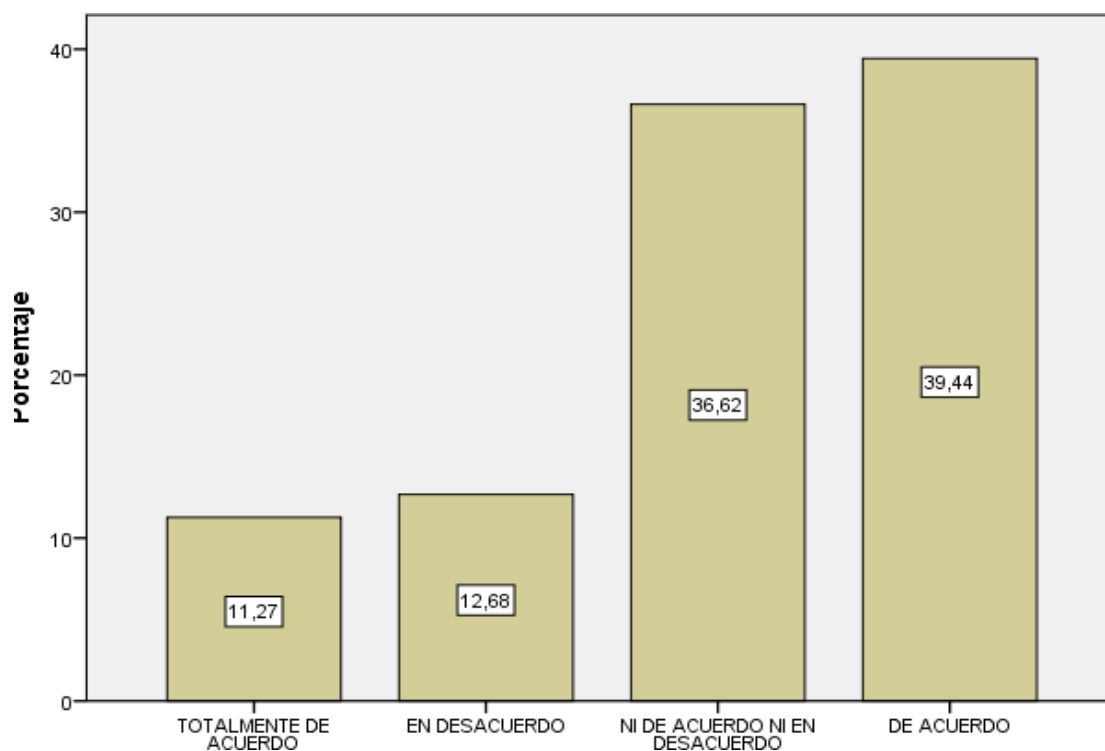
La motivación es el principal pilar que te transmite la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	8	11,3	11,3	11,3
EN DESACUERDO	9	12,7	12,7	23,9
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	26	36,6	36,6	60,6
DE ACUERDO	28	39,4	39,4	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 18

Gráfico del ítem 7, La motivación es el principal pilar que te transmite la empresa.



Nota: Fuente, Encuesta del autor

Interpretación:

Sobre la pregunta La motivación es el principal pilar que te transmite la empresa se parecía que un 11.27% se encuentra en una posición de totalmente de acuerdo, así mismo un 39.44% se encuentra en una posición de acuerdo. Así mismo el 12.68% denotó estar en desacuerdo lo cual evidencia un bajo nivel de disgusto debido a que al llegar a trabajar a la cadena de cafetería no encuentran esa motivación que necesita ser transmitida esto generando una confusión de que si es o no la motivación un pilar que maneja cafetería. Por otra parte, si sumamos las escalas de acuerdo que es un 12.68% junto con la escala de ni en desacuerdo ni en acuerdo nos encontramos que un 36.62% haciéndose así un total de una cuarta parte no se encuentra satisfecha por otra parte existe 36.62% el cual tiene como escala ni de acuerdo ni en desacuerdo, esto quiere decir que son trabajadores los cuales no sienten que la motivación sea un pilar que se pueda manejar en la cafetería. Esto hace que un 40% de trabajadores no quieran que su elección sea tomada en cuenta.

Tabla 31

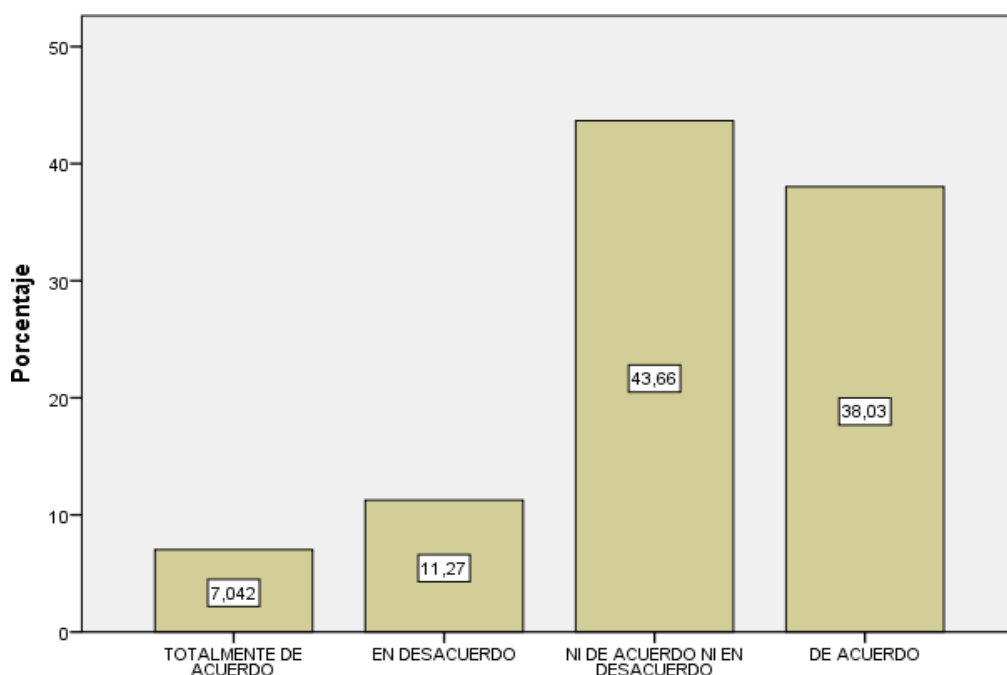
Cuadro del ítem 8

La empresa reconoce tu desempeño y te premia por eso				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	TOTALMENTE DE ACUERDO	5	7,0	7,0
	EN DESACUERDO	8	11,3	18,3
Válidos	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	31	43,7	62,0
	DE ACUERDO	27	38,0	100,0
	Total	71	100,0	100,0

Nota: Fuente, Encuesta del investigado

Figura 19

Gráfico del ítem 8, La empresa reconoce tu desempeño y te premia por eso.



Nota: Fuente, Encuesta del autor.

Interpretación:

Sobre la pregunta, La empresa reconoce tu desempeño y te premia por eso existe un considerable número el cual opta por no estar de acuerdo ni en desacuerdo ya que es un 43.66% lo cual es casi el 50% del personal esto se debe a que hay trabajadores los cuales no se sienten identificados con su trabajo y no sienten que sean premiados, así mismo un grupo de 11.27% opta por no estar de acuerdo, sumando estas dos escalas nos da un resultado de 54.9% el cual se refleja claramente que Lucio no está reconociendo tales desempeños . por otra parte, un 38.03% están de acuerdo con que la cafetería si considera y premia el desenvolvimiento del trabajador siendo así un 45.1% de la sumatoria de un 38.03 de acuerdo y un 7.042% de los trabajadores. esto quiere decir que a pesar de que exista dificultades existe una satisfacción por la otra parte de grupo siendo esta de un grupo que reconoce que la cafetería tiene consideraciones con ellos.

Tabla 32

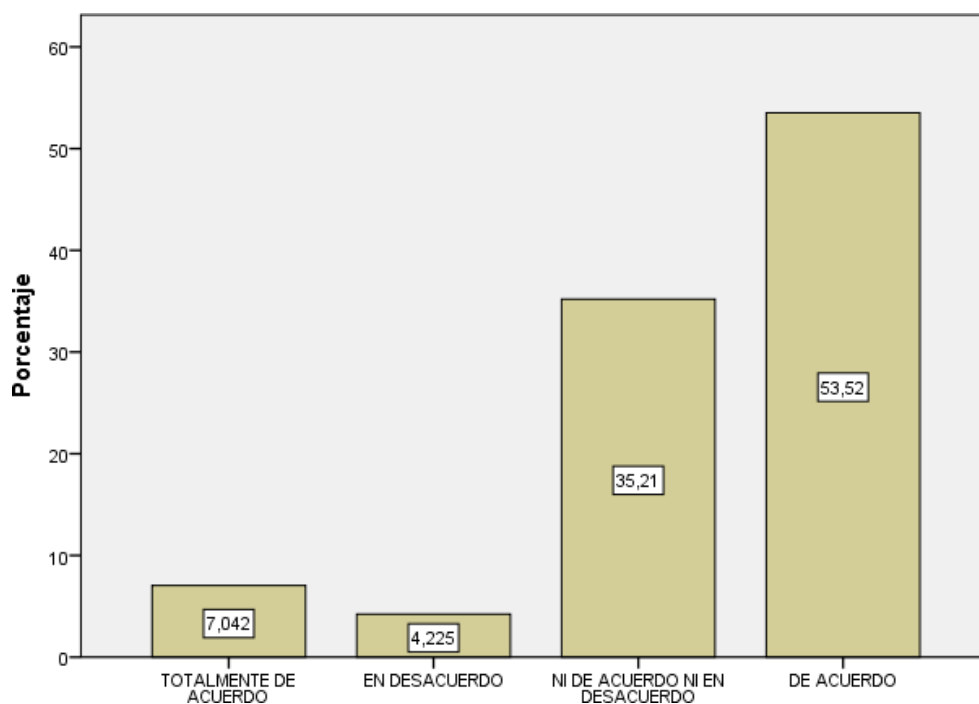
Cuadro del ítem 9.

Sientes que la empresa apoya a tus diversas iniciativas laborales					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
	TOTALMENTE DE ACUERDO	5	7,0	7,0	7,0
	EN DESACUERDO	3	4,2	4,2	11,3
Válidos	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	25	35,2	35,2	46,5
	DE ACUERDO	38	53,5	53,5	100,0
	Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 20

Gráfico del ítem 9, Sientes que la empresa apoya a tus diversas iniciativas laborales.



Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

Con respecto al ítem Sientes que la empresa apoya a tus diversas iniciativas laborales un 53.52% opto por estar de acuerdo esto quiere decir que existe un alto nivel de conformidad por parte de los trabajadores así también un 7.042% indico estar totalmente de acuerdo realizando esta sumatoria nos da como resultado que más de un 50% de colaboradores siente que la empresa los apoya ya que esto ayuda mucho al crecimiento de la empresa de manera que incentiva a sus trabajadores a mejorar muy por el contrario existe un 35.21% quienes nos están ni de acuerdo ni en desacuerdo adjuntando a esto la escala de en desacuerdo con un 4.225% , nos refleja que un 40% del total siente el respaldo de la empresa por ellos.

Tabla 33

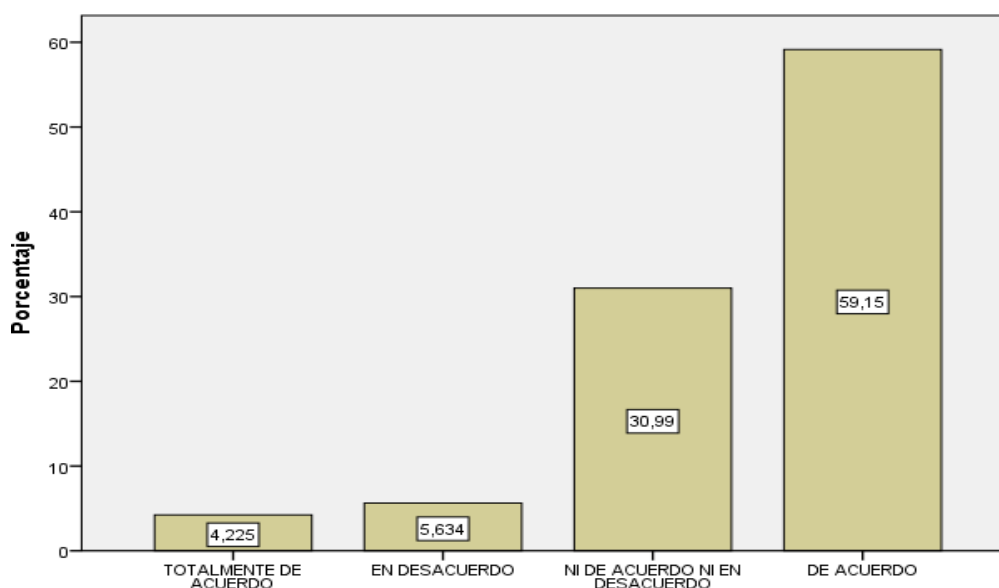
Cuadro del ítem 10.

Trabajar en la empresa ha permitido ampliar tus habilidades preexistentes				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	TOTALMENTE DE ACUERDO	3	4,2	4,2
	EN DESACUERDO	4	5,6	9,9
Válidos	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	22	31,0	40,8
	DE ACUERDO	42	59,2	100,0
	Total	71	100,0	100,0

Nota: Fuente, Encuesta del investigado

Figura 21

Gráfico del ítem 10, Trabajar en la empresa ha permitido ampliar tus habilidades preexistentes.



Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

Sobre la pregunta Trabajar en la empresa ha permitido ampliar tus habilidades preexistentes es apreciable que el 4.225% se encuentra en total desacuerdo en cuanto al permiso de poder desarrollar sus habilidades. Asimismo, el 5.634% denotó estar no de acuerdo evidenciando así un bajo nivel de disgusto debido a que al llegar a su lugar de trabajo se sienten retraídos con el tema de poder ampliar las habilidades que estos poseen. Un 30.99%, es decir casi la cuarta parte de la totalidad manifiesta estar en una posición neutral, a la suma de las escalas que se encuentran en nivel negativo tenemos que casi el 40% puede ver que en la cadena de cafetería nos le da esa libertad de poder realizar y crecer profesionalmente en este ítem. Así mismo, se refleja un 59.15% del total que se encuentra en una posición de estar de acuerdo, mientras que un 4.225% tiene como respuesta a un totalmente de acuerdo, si se da la sumatoria de ambos niveles este es equivalente a un 60%, lo cual demuestra a si exista ciertas dificultades en el servicio consultado; la mayoría de los trabajadores se muestra satisfecho con su trabajo ofrecido al inicio de la comunicación.

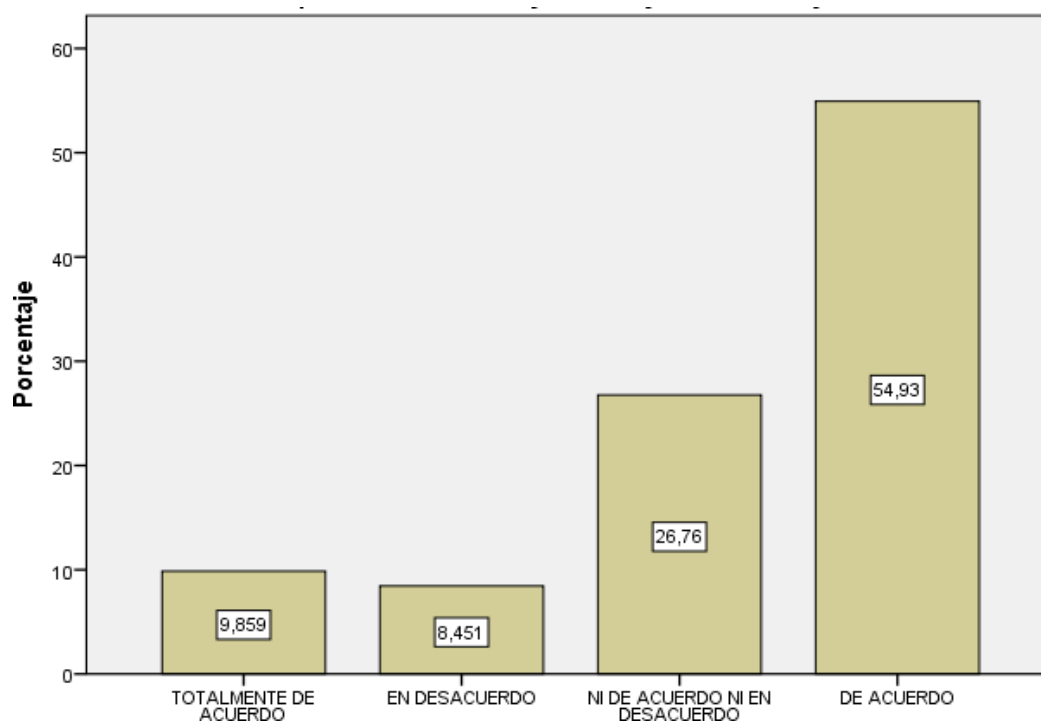
Tabla 34
Cuadro del ítem 11

Las capacitaciones influyen a mejorar tu trabajo				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	7	9,9	9,9	9,9
EN DESACUERDO	6	8,5	8,5	18,3
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	19	26,8	26,8	45,1
DE ACUERDO	39	54,9	54,9	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 22

Gráfico del ítem 11, Las capacitaciones influyen a mejorar tu trabajo.



Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

Aquí se puede apreciar en el ítem de Las capacitaciones influyen a mejorar tu trabajo un 54.93% con un de acuerdo denota que efectivamente las capacitaciones influyen a la mejora laboral sumándose a esto un totalmente de acuerdo con 9.859% ambas escalas proyectan que más de 60% del personal aceptan las capacitaciones y las ponen en práctica. Por otra parte, un 26.76% opta por no estar de acuerdo ni en desacuerdo junto a él un total de 8.451% que se encuentra en un desacuerdo. a todo ello podemos inferir que a pesar de que existan diferencias por las capacitaciones influidas en el trabajo, existe una fuerte aceptación de ellas ya que más de la mitad del personal indica que es así. se concluye así que la capacitación tiene un alto nivel de aceptación, así como también dando la sumatoria de las escalas que están en desacuerdo y ni de acuerdo ni en desacuerdo hacen cerca de un 30% del nivel de disgusto.

Tabla 35

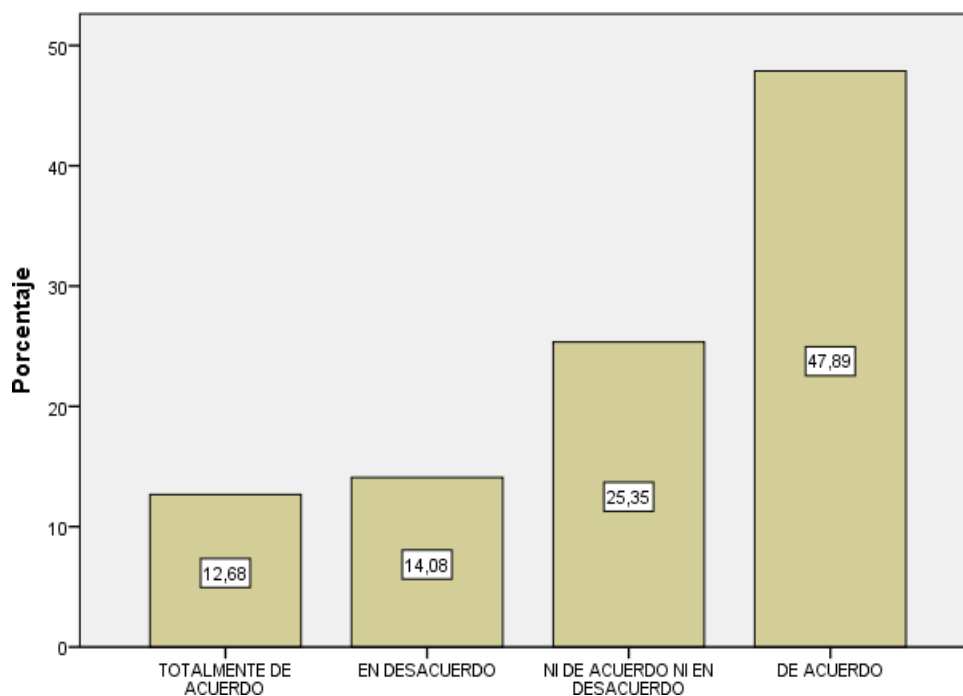
Cuadro del ítem 12

Las capacitaciones se orientan a mejorar tu desempeño profesional en general				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	9	12,7	12,7	12,7
EN DESACUERDO	10	14,1	14,1	26,8
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	18	25,4	25,4	52,1
DE ACUERDO	34	47,9	47,9	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 23

Gráfico del ítem 12, Las capacitaciones se orientan a mejorar tu desempeño profesional en general



Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

Con respecto al ítem número 12 Las capacitaciones se orientan a mejorar tu desempeño profesional en general se refleja que un 12.68% está totalmente de acuerdo con que las capacitaciones ayudan a una mejora y desempeño seguido a ello tenemos la escala de acuerdo con un 47.89% el cual proyecta una acogida de manera positiva siendo así casi un 50% del total de trabajadores quienes están de acuerdo. por otra parte, la escala de en desacuerdo proyecta un 14.08% sobre las capacitaciones no están orientadas hacia la mejora profesional del mismo modo un 25.35% indica que las capacitaciones no ayudan ni empeoran un desempeño profesional, al sumar estas dos escalas nos da un resultado de 39.4% casi una tercera parte del total de trabajadores. de esto podemos inferir que a pesar de las contradicciones que esto pueda generar está claro que se muestra satisfacción por parte de los trabajadores gracias a las capacitaciones que la cadena de cafetería pueda generar.

Tabla 36

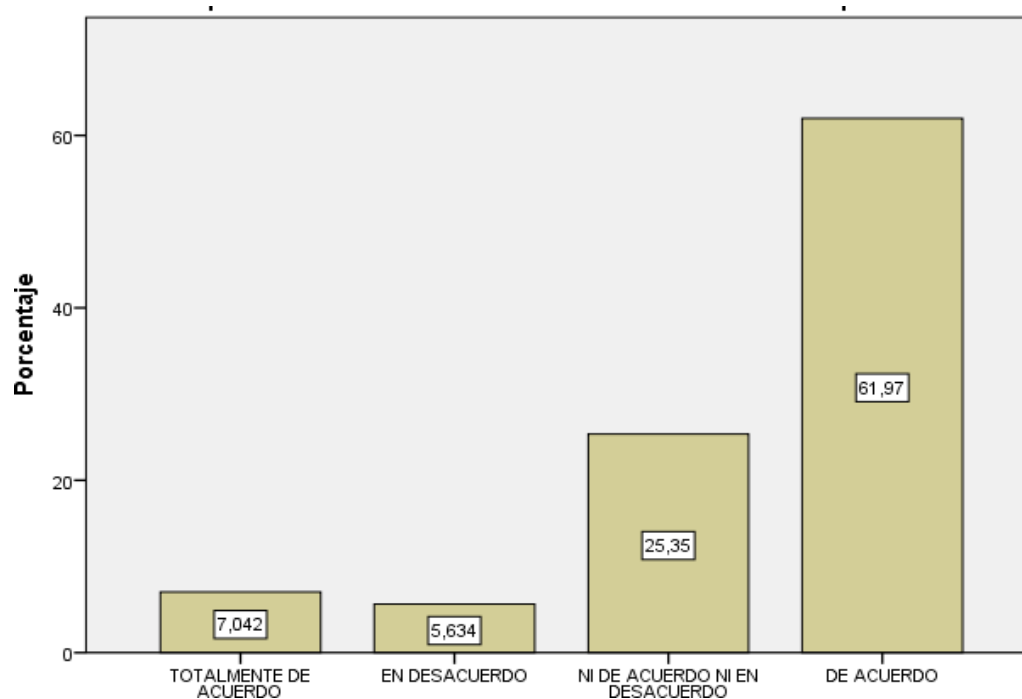
Cuadro del ítem 13

Las capacitaciones te motivan a familiarizarte con tu empresa				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	5	7,0	7,0	7,0
EN DESACUERDO	4	5,6	5,6	12,7
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	18	25,4	25,4	38,0
DE ACUERDO	44	62,0	62,0	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 24

Gráfico del ítem 13, Las capacitaciones te motivan a familiarizarte con tu empresa.



Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

Respecto a la pregunta las capacitaciones te motivan a familiarizarte con tu empresa podemos deducir que un 7.042% está de acuerdo con que las capacitaciones si motivan a familiarizarse con el lugar de trabajo así mismo un 61.97% está de acuerdo con ello esto generando más de un 50% a favor, esto quiere decir que es un resultado muy optimo ya que si pueden lograr familiarizar el trabajo empeño y trabajadores. por otra parte, un 25.35% opta por no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, juntado a esto la escala de ni de acuerdo ni en desacuerdo con un 25.35% hacen una sumatoria de un 31% en una posición en desacuerdo, apreciamos un nivel de disgusto relativamente bajo ya que más de la mitad de trabajadores si apoyan las capacitaciones y solo un pequeño grupo de 20% no está de acuerdo con él.

Tabla 37

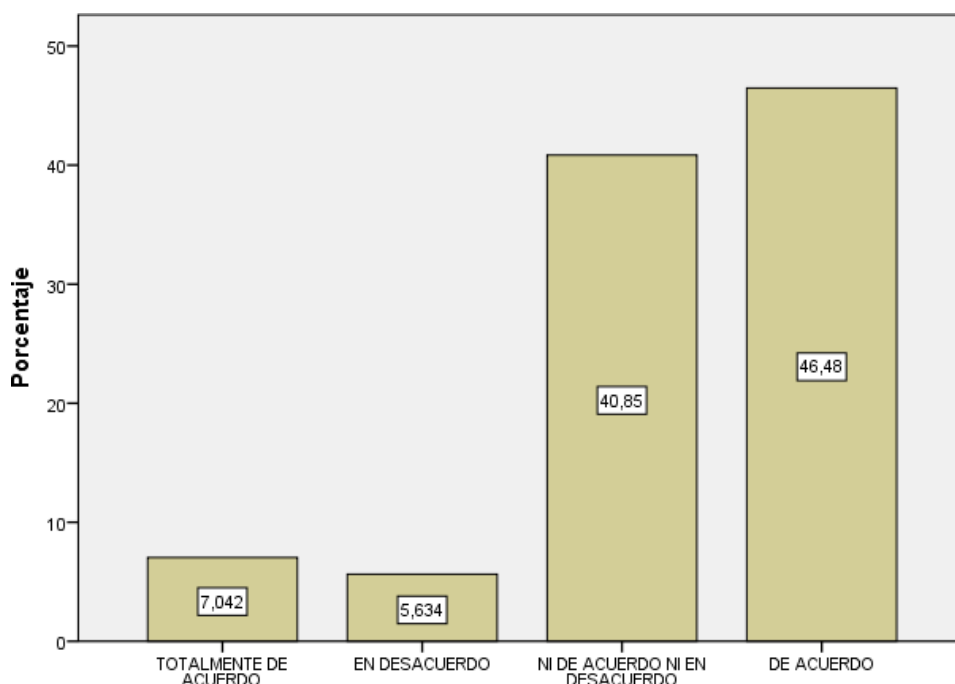
Cuadro del ítem 14

Estas familiarizado con los objetivos de la empresa				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	5	7,0	7,0	7,0
EN DESACUERDO	4	5,6	5,6	12,7
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	29	40,8	40,8	53,5
DE ACUERDO	33	46,5	46,5	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado

Figura 25

Gráfico del ítem 14, Estas familiarizado con los objetivos de la empresa.



Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

El ítem número 14 Estas familiarizado con los objetivos de la empresa Se pudo reflejar que un 46.48% está de acuerdo con que si se puede familiarizar a los trabajadores con los objetivos de la empresa esto denota una apreciación de manera positiva seguido a esto un 7.042% también está totalmente de acuerdo que un trabajador puede llegar a familiarizarse con la cadena de cafetería .por otra parte un 40.85% es decir casi una cuarta parte de la totalidad opto por no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo sumándole a ello un 5.634% los cuales no relacionan los objetivos de la cafetería con ellos haciendo una sumatoria de 46.5% cifra considerable ya que casi es la mitad de los empleados . aquí se puede apreciar que a pesar de que exista ciertas discrepancias sobre familiarizarse con los objetivos de la cafetería se muestra trabajadores comprometido con la empresa.

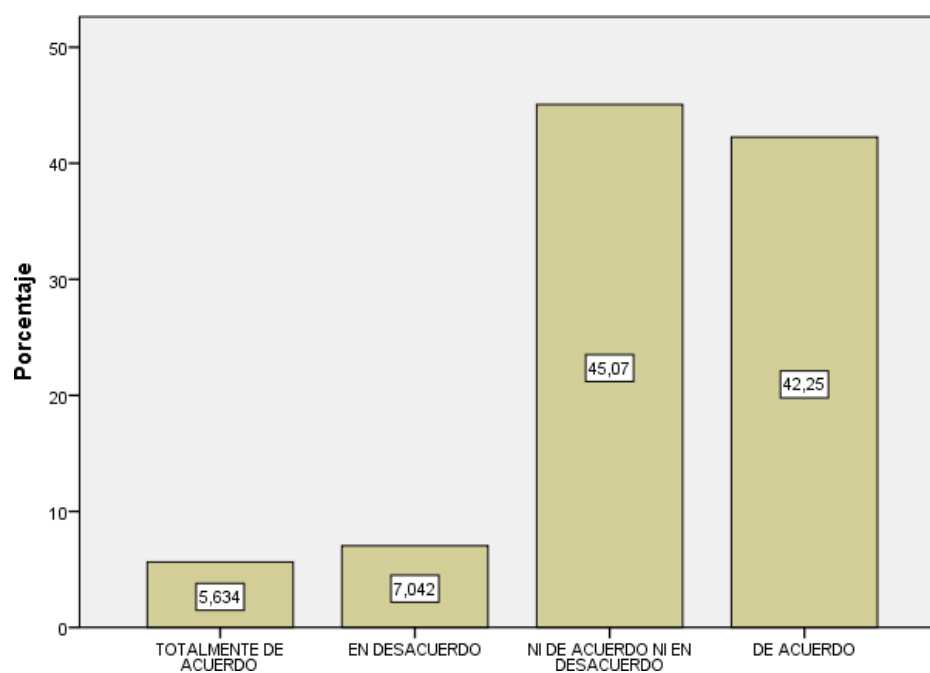
Tabla 38*Cuadro del ítem 15*

Los objetivos de la empresa los sientes como tuyos también				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	4	5,6	5,6	5,6
EN DESACUERDO	5	7,0	7,0	12,7
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	32	45,1	45,1	57,7
DE ACUERDO	30	42,3	42,3	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 26

Gráfico del ítem 15 Los objetivos de la empresa los sientes como tuyos también.



Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

Sobre la pregunta sobre si Los objetivos de la empresa los sientes como tuyos también se puede apreciar que en cuanto a los objetivos que tiene la empresa están relacionados con los trabajadores del lugar. Asimismo, el 7.042% denotó estar en desacuerdo lo cual evidencia un bajo nivel de desagrado debido a que hay trabajadores los cuales están comprometidos con la empresa y se relaciona de tal manera que relaciona los objetivos de la empresa como suyos. Un 45.07%, es decir casi la cuarta parte del total de la muestra esta n una posición neutral entre los niveles de acuerdo y desacuerdo, si a eso le aplicamos el total de la suma de las 3 escalas negativas tenemos que casi el 52% de los colaboradores no sienten que los objetivos de la cadena de cafetería no guardan relación con ellos mismos. Pero, por otro lado, apreciamos que un apreciable 42.25% se muestra de acuerdo con dicha premisa, mientras que un 5.6% se muestra totalmente de acuerdo, ambas sumas dan un 48%, lo cual demuestra que a pesar de presentar algunas contrariedades en los objetivos plasmados; parte del personal están relacionados con el trabajo.

Tabla 39

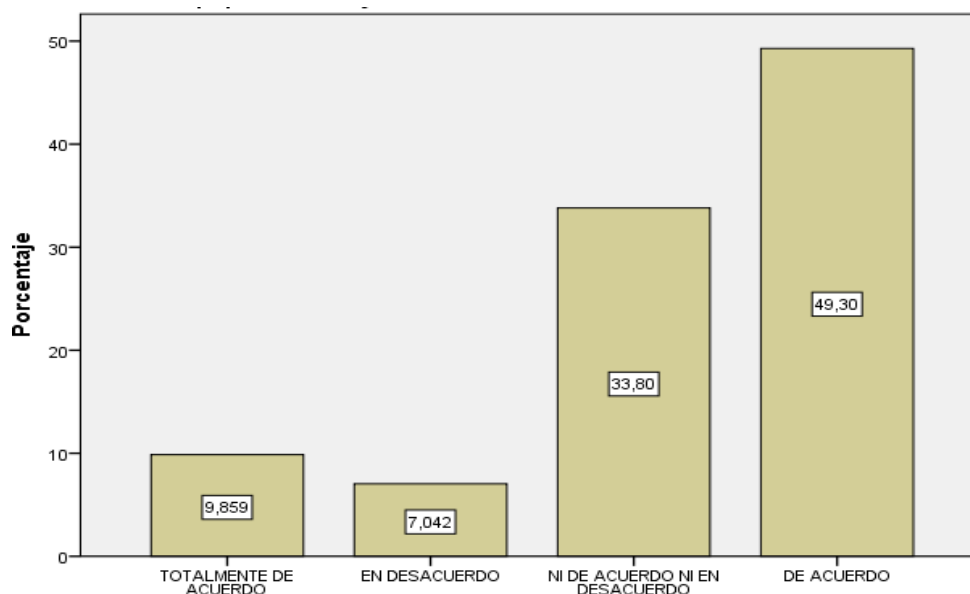
Cuadro del ítem 16

Tu equipo de trabajo en la cadena de cafetería es como una familia				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	7	9,9	9,9	9,9
EN DESACUERDO	5	7,0	7,0	16,9
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	24	33,8	33,8	50,7
DE ACUERDO	35	49,3	49,3	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado

Figura 27

Gráfico del ítem 16, Tu equipo de trabajo en la cadena de cafetería es como una familia.



Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

Con respecto a la pregunta Tu equipo de trabajo en la cadena de cafetería es como una familia. Un 9.859% está totalmente de acuerdo seguido a ello un 49.30% que equivale a casi un 50% del total indica que está de acuerdo con que todos los trabajadores de la cafetería son vistos como miembros de familia el resultado de ambas escalas brinda un alto nivel de aceptación por parte de los trabajadores ya que la gran mayoría se considera como un miembro esto quiere decir que están relacionados con la empresa, por otra parte un 7.042% se encuentra en desacuerdo puesto que no se considera como miembro de la cadena de cafetería así mismo se adiciona la escala de ni de acuerdo ni en desacuerdo con un 33.80%. esto nos da una visión apreciable de que un 50% si está relacionado como tal y el 50% solo asiste al trabajo por obligación. Con esto se da a demostrar cierta satisfacción por parte de los colaboradores de la cafetería.

Tabla 40

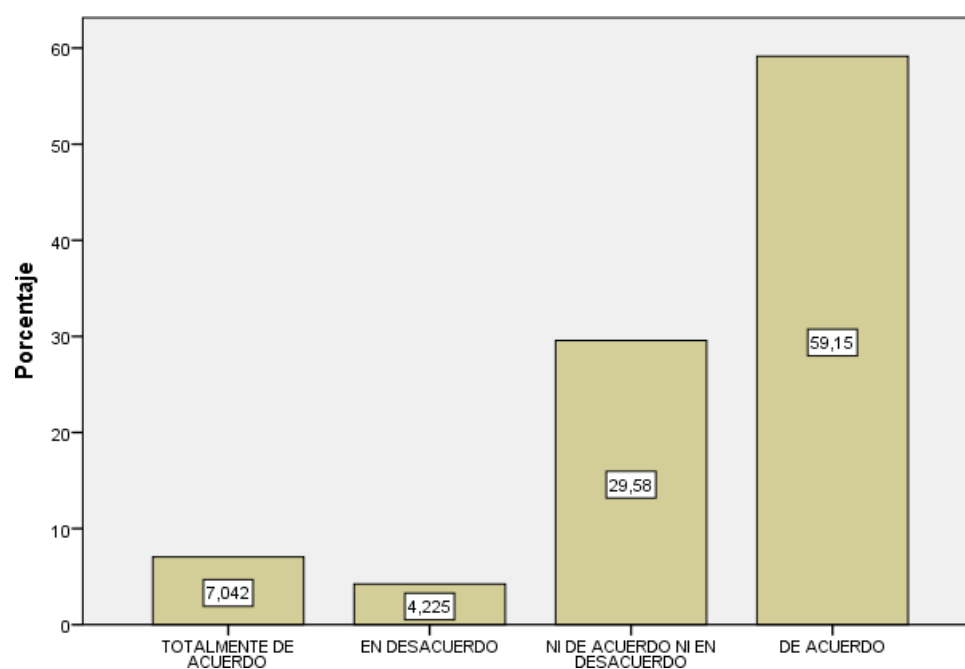
Cuadro del ítem 17

La calidad de vida laboral que te ofrece la empresa es motivadora para ti				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	5	7,0	7,0	7,0
EN DESACUERDO	3	4,2	4,2	11,3
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	21	29,6	29,6	40,8
DE ACUERDO	42	59,2	59,2	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 28

Gráfico del ítem 17, La calidad de vida laboral que te ofrece la empresa es motivadora para ti.



Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

Con respecto a la pregunta La calidad de vida laboral que te ofrece la empresa es motivadora para ti. Podemos apreciar que un 7.042% está totalmente de acuerdo con respecto a que la calidad de vida laboral que ofrece en este caso dicha cafetería es óptima, así mismo refleja la escala de acuerdo con un 59.15% que es más del 50% del total de trabajadores que indican que la calidad de vida es un motivo para seguir en la empresa. Por otro punto un 29.58% se encuentra en un ni de acuerdo ni en desacuerdo en cuanto a la calidad de vida con relación a lo laboral seguido a esto encontramos un 4.225% del total que nos indica que la calidad de vida laboral que una empresa puede ofrecer no es un punto de motivación. Entonces podemos concluir que existen trabajadores los cuales no se sienten motivados por tener una buena calidad de vida dentro de su centro laboral, así mismo los trabajadores que tienen un óptimo ambiente será más productivo en una empresa.

Tabla 41

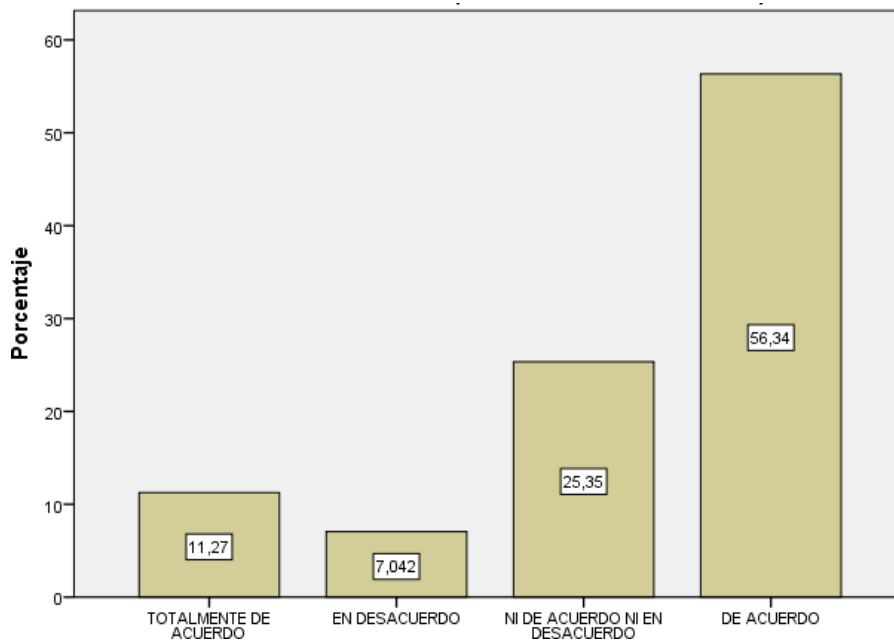
Cuadro del ítem 18

El trato de los comensales hace que te sientas bien en la empresa				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	8	11,3	11,3	11,3
EN DESACUERDO	5	7,0	7,0	18,3
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	18	25,4	25,4	43,7
DE ACUERDO	40	56,3	56,3	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 29

Gráfico del ítem 18, El trato de los comensales hace que te sientas bien en la empresa.



Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

Con el ítem El trato de los comensales hace que te sientas bien en la empresa se reflejó que el 11.07% está totalmente de acuerdo con que el trato que se le da a los comensales es una acción que denota sentirse bien en la cafetería, así pues, un 56.34%. Indica que está de acuerdo con que clientes traten bien a los trabajadores de esta empresa pues que eso ejerce un mejor manejo de público. Estas dos escalas hacen una sumatoria que equivale a casi un 50% del total. por otro lado se refleja un 7.042% en donde están en desacuerdo sumado a ello con la escala de ni en desacuerdo ni de acuerdo con un 25.35% el cual hace una referencia a casi una cuarta parte del total dicha muestra va de acuerdo con esta afirmación, que en sumatoria del 32.4% del total lo cual demuestra que a pesar de que existan ciertas diferencias en el servicio cliente trabajador la gran mayoría o parte de ella refleja una satisfacción en cuanto al trato de los comensales y el buen servicio de la empresa.

Tabla 42

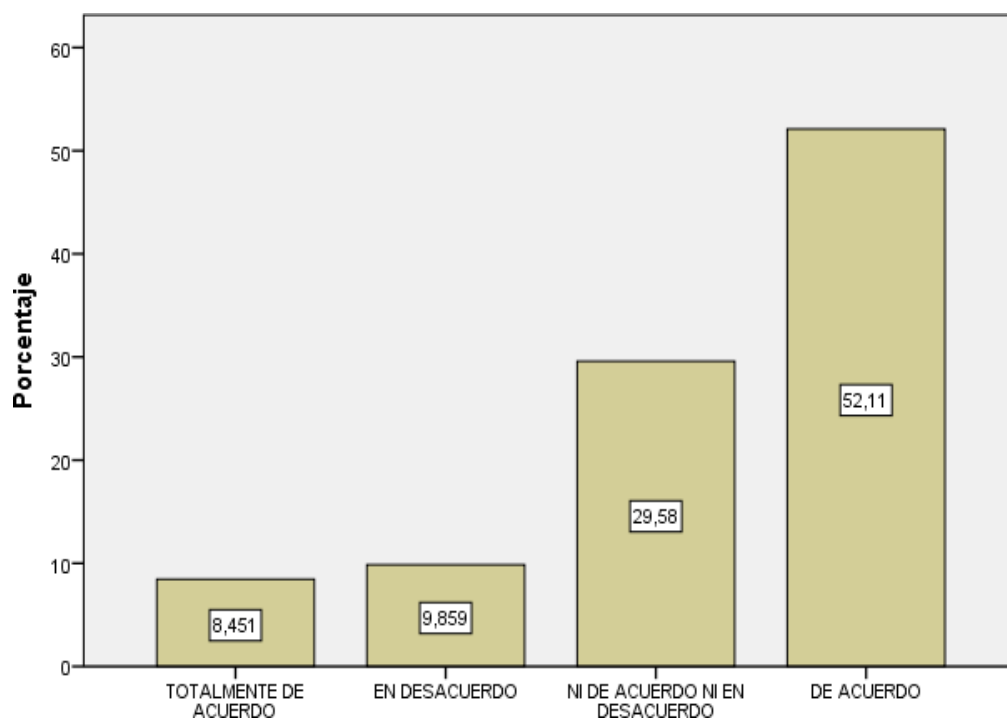
Cuadro del ítem 19

La imagen de la empresa ayuda a que los clientes tengan un buen trato con los con nosotros				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	6	8,5	8,5	8,5
EN DESACUERDO	7	9,9	9,9	18,3
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	21	29,6	29,6	47,9
DE ACUERDO	37	52,1	52,1	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 30

Gráfico del ítem 19, La imagen de la empresa ayuda a que los clientes tengan un buen trato con nosotros



Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

Para el ítem número 19 La imagen de la empresa ayuda a que los clientes tengan un buen trato con nosotros del total de los encuestados un 8.451% está totalmente de acuerdo con que la imagen de la cadena de cafetería ayuda a que los clientes tengan un mejor trato con los trabajadores de la cafetería seguido a esto un 52.11% que equivale a más de la mitad del total está de acuerdo con que la imagen de la empresa es de ayuda tanto para el trato de los trabajadores como cliente bien tratado ambas escalas se asemejan a un 60% del total el cual es un resultado óptimo . por otro lado, está la escala de en desacuerdo con un 9.859% que refleja que la imagen de la empresa no colabora a que los comensales puedan tener un trato óptimo con los trabajadores a esto, le sigue la escala de ni de acuerdo ni en desacuerdo con un 29.58% que hace reflejo de casi un 30% del total en donde se le es indiferente si la imagen de la cafetería ayude a una atención a relación de cliente trabajador.

Tabla 43

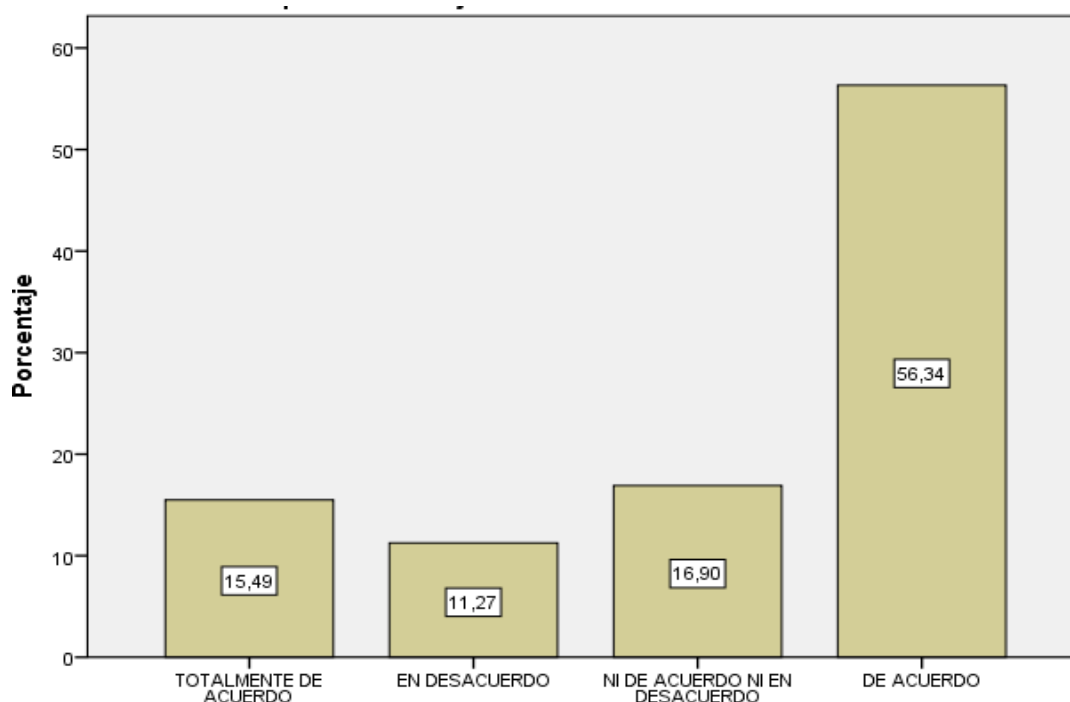
Cuadro del ítem 20

Estas motivado por dar la mejor atención a tus clientes de la cadena de cafetería				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	11	15,5	15,5	15,5
EN DESACUERDO	8	11,3	11,3	26,8
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	12	16,9	16,9	43,7
DE ACUERDO	40	56,3	56,3	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 31

Gráfico del ítem 20, Estas motivado por dar la mejor atención a tus clientes de la cadena de cafetería



Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

En cuanto a la pregunta formulada como, Estas motivado por dar la mejor atención a tus clientes de la cafetería se pudo inferir que solo un 15.49% está totalmente de acuerdo con que está bien motivado brinda una mejora atención a los clientes de la cafetería. Así pues, un 56.34% indica estar de acuerdo sumando ambas escalas resulta más del 50% del total trayendo como respuesta una óptima que estar motivado ayuda a realizar un mejor desenvolvimiento respecto al trabajo. un 11.27% opto por no estar de acuerdo con que la motivación sea una pieza clave a la hora de realizar un servicio en tu centro de trabajo, seguido a esto esa la escala de estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con un 16.9% de total sumando ambas cifras, nos deriva al total de un 20% del total que indica no estar a favor sobre brindar la mejor atención en dicha cafetería.

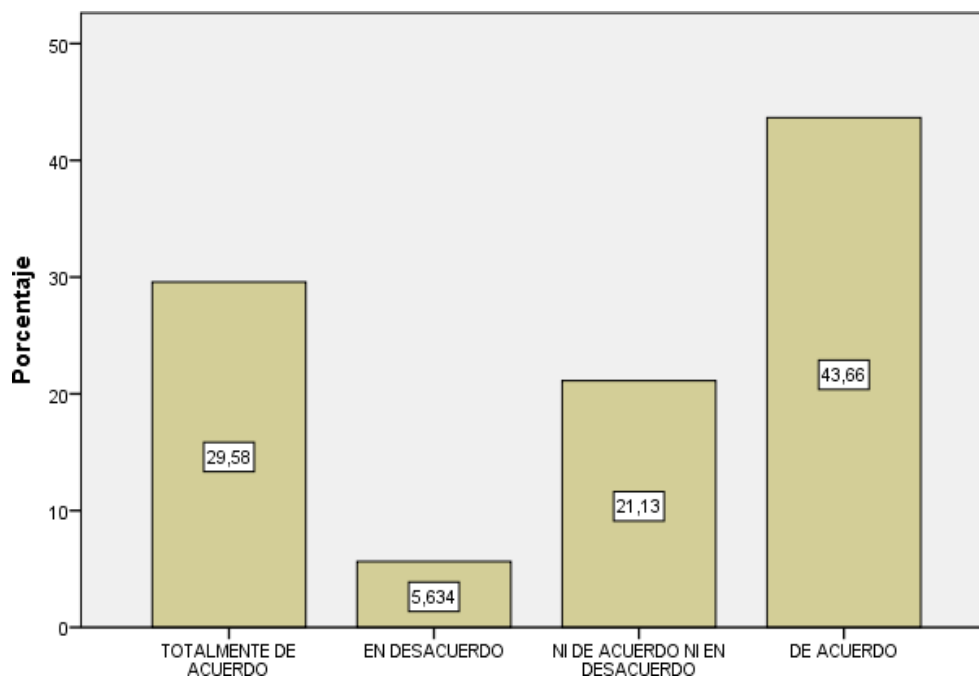
Tabla 44
Cuadro del ítem 21

Estas motivado y satisfecho cada vez que tu cliente te dice que está feliz de que lo hallas atendido				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	21	29,6	29,6	29,6
EN DESACUERDO	4	5,6	5,6	35,2
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	15	21,1	21,1	56,3
DE ACUERDO	31	43,7	43,7	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 32

Gráfico del ítem 21, Estas motivado y satisfecho cada vez que tu cliente te dice que está feliz de que lo hallas atendido.



Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

Sobre la pregunta de Estas motivado y satisfecho cada vez que tu cliente te dice que está feliz de que lo hallas atendido. Nos brinda 4 respuestas variadas entre ellas con una escala de totalmente de acuerdo con un 29.58% de aceptabilidad en el tema de estar motivado cada vez que un cliente es atendido y que luego exprese su felicidad por el simple hecho que tú lo atendiste a esto le sumamos. Otra escala es la de acuerdo que con 43.66% del total , esto equivale a optima apreciación sobre el estar motivado y satisfecho cada vez que el cliente diga de lo contento que puede estar por el hecho de que lo has atendido , ambas escalas hacen referencia a un 50% del total de encuestados , así mismo un 21.13% de los encuestados respondieron que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con la motivación que pueda generar un cliente que está feliz de que tú lo atiendas junto con ello la escala de en desacuerdo con un 5.634% de los encuestados esto quiere decir que estamos registrando una cantidad de trabajadores los cuales se le es indiferente la cordialidad que pueda reflejar.

Tabla 45

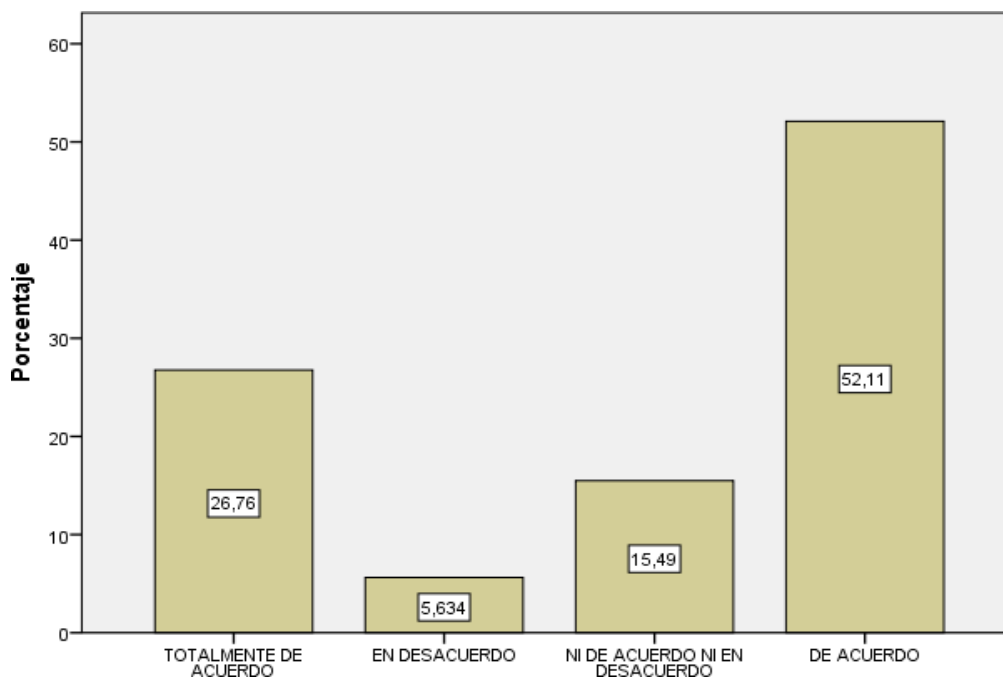
Cuadro del ítem 22

Tu cliente se va con una buena imagen de tu empresa gracias a ti				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	19	26,8	26,8	26,8
EN DESACUERDO	4	5,6	5,6	32,4
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	11	15,5	15,5	47,9
DE ACUERDO	37	52,1	52,1	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 33

Gráfico del ítem 22, Tu cliente se va con una buena imagen de tu empresa gracias a ti



Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

En cuanto a la interpretación de Tu cliente se va con una buena imagen de tu empresa gracias a ti se puede apreciar que un 26.76% del total de encuestados efectivamente si indica que el cliente se va gustoso dando una buena imagen de la empresa gracias a la atención brindada que este tuvo a esto se le suma un 52.11% el cual indica ser más de un 50% del total de los encuestados entonces por ello se puede inferir que un cliente si se puede ir contento con una buena imagen de tu empresa gracias a tu atención brindada de ese momento. Por otra parte, un 5.634% indica que está en desacuerdo con que el cliente se valla con una buena imagen de la cafetería por el buen trato que le brindaste acompañado esta escala le sigue la de ni de acuerdo ni en desacuerdo con un 15.49% que indican que no están ni a favor ni en contra de dicha premisa la cual tiene como finalidad la influencia de la motivación concluyendo

así que más de la mitad está de acuerdo con que un cliente debe irse feliz con la atención de que un colaborador le atiende de manera eficiente.

Tabla 46

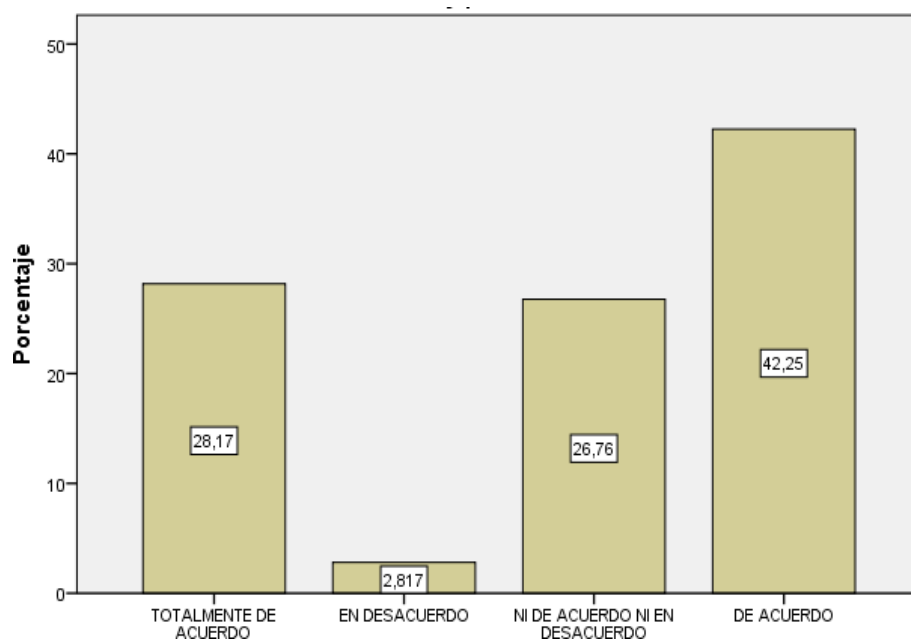
Cuadro del ítem 23

Los clientes fidelizados se deben al esfuerzo al momento de la atención en servicios y productos				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	20	28,2	28,2	28,2
EN DESACUERDO	2	2,8	2,8	31,0
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	19	26,8	26,8	57,7
DE ACUERDO	30	42,3	42,3	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 34

Gráfico del ítem 23, Los clientes fidelizados se deben al esfuerzo al momento de la atención en servicios y productos.



Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

Con respecto a la pregunta Los clientes fidelizados se deben al esfuerzo al momento de la atención en servicios y productos figura un 28.17% de los encuestado que está totalmente de acuerdo con que los clientes que son fidelizados o ya estén fidelizados es por el esfuerzo que tiene un trabajador al momento de atenderlo. En consecuencia, a ello un alto porcentaje de escala con un 42.25% está de acuerdo con dicha premisa de que los clientes se vallan felices y así serlos fidelizados sumando estas dos escalas podemos inferir que más de un 50% de los encuestados están de acuerdo con que los clientes fidelizados son productos de una buena y constante atención. Así mismo un 26.76% del total indica que no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo con respecto a la fidelización de clientes generada por una buena atención posterior a ello hay un 2.817% de encuestados que están en desacuerdo con dicha premisa.

Tabla 47

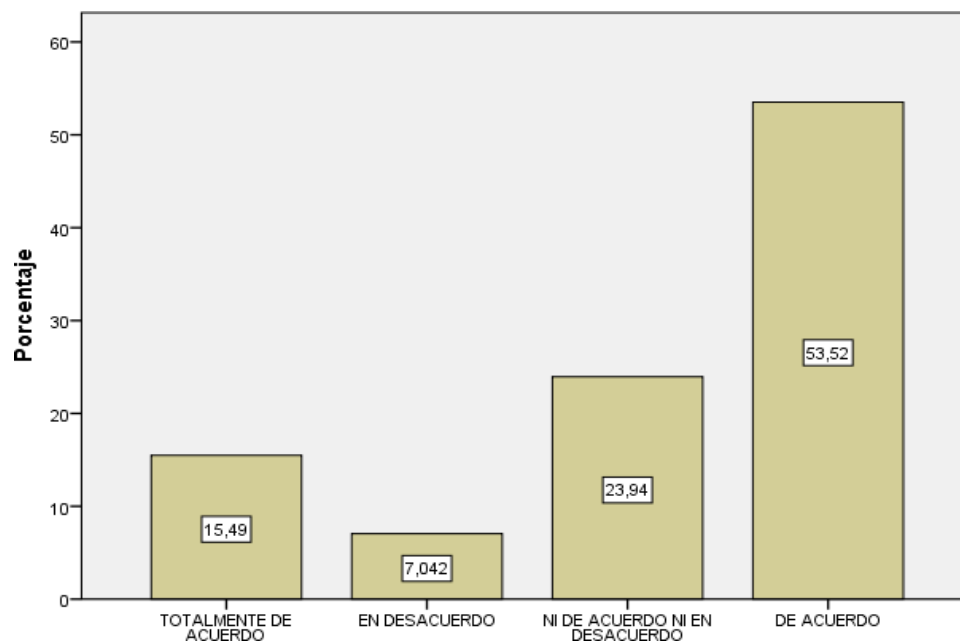
Cuadro del ítem 24

Te motiva saber que tu empresa requiere de tus servicios				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	TOTALMENTE DE ACUERDO	11	15,5	15,5
	EN DESACUERDO	5	7,0	22,5
Válidos	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	17	23,9	46,5
	DE ACUERDO	38	53,5	100,0
	Total	71	100,0	100,0

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 35

Gráfico del ítem 24, Te motiva saber que tu empresa requiere de tus servicios.



Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

En referencia a la pregunta Te motiva saber que tu empresa requiere de tus servicios se pudo apreciar que un 15.49% se encuentra totalmente de acuerdo en cuanto a la motivación que tiene el servicio para tu empresa. Por otra parte, un 53.52% de los encuestados prefirieron estar de acuerdo con que la motivación optima entre trabajador y trabajo sea buena. Así mismo. También un 23.94% del total optaron por estar ni de acuerdo ni en desacuerdo respecto puesto una empresa siempre va a requerir de los servicios de los trabajadores y así como un 7.042 está en desacuerdo con dicha premisa ya que estos no se sienten en compromiso con la cafetería.

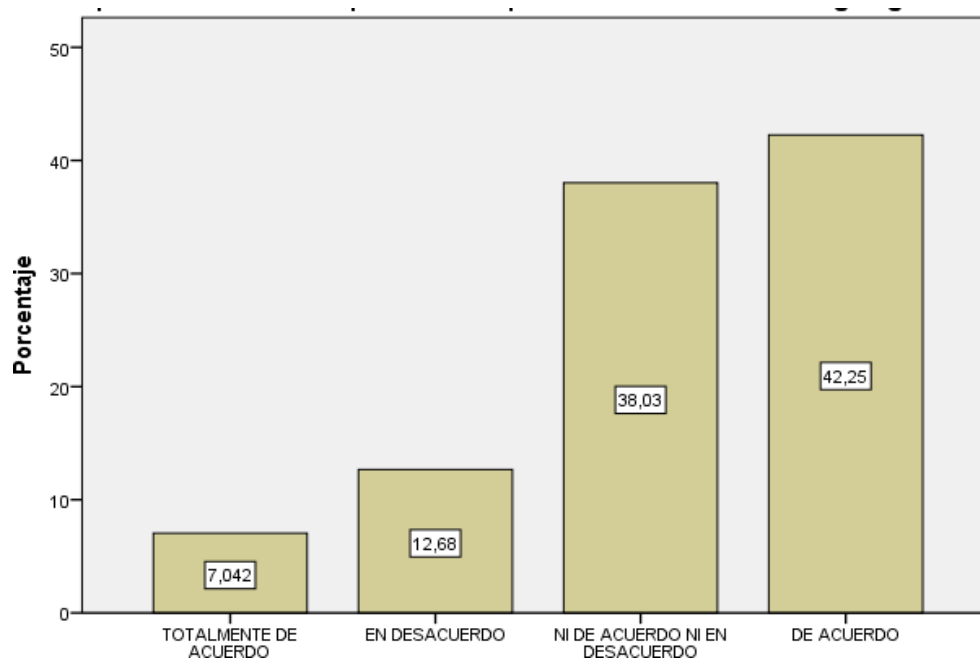
Tabla 48*Cuadro del ítem 25*

La empresa te demuestra que eres una pieza fundamental en el organigrama.				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	5	7,0	7,0	7,0
EN DESACUERDO	9	12,7	12,7	19,7
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	27	38,0	38,0	57,7
DE ACUERDO	30	42,3	42,3	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 36

Gráfico del ítem 25, La empresa te demuestra que eres una pieza fundamental en el organigrama



Nota: Fuente, Encuesta del investigado

Interpretación:

Sobre la pregunta La empresa te demuestra que eres una pieza fundamental en el organigrama del total de los encuestados se aprecia que un 42.25% está de acuerdo con respecto a que la cadena de cafetería considera que ellos son parte fundamental de negocio seguido esto un 7.042 indica que está totalmente de acuerdo con dicha premisa ya que sin trabajadores una empresa no podría salir adelante , a la sumatoria de estas dos escalas da un equivalente a un 45% del total que respondió de manera positiva en cuanto a ser una pieza clave en el trabajo , por otro lado se reflejó que un 12.68% del total que equivale a un 20% que indica que está en desacuerdo por ende no se siente identificado con la cafetería seguido a esto un 38.03% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo haciendo la sumatoria de estas escalas negativas dan un total de 50.7% el cual denota un alto nivel en desacuerdo con tal premisa y por otra parte hay un 50% de encuestados a favor es decir la mitad de su totalidad está de acuerdo en ser una pieza fundamental en la cafetería mientras que el 50% piensa que solo es un trabajador más.

Tabla 49

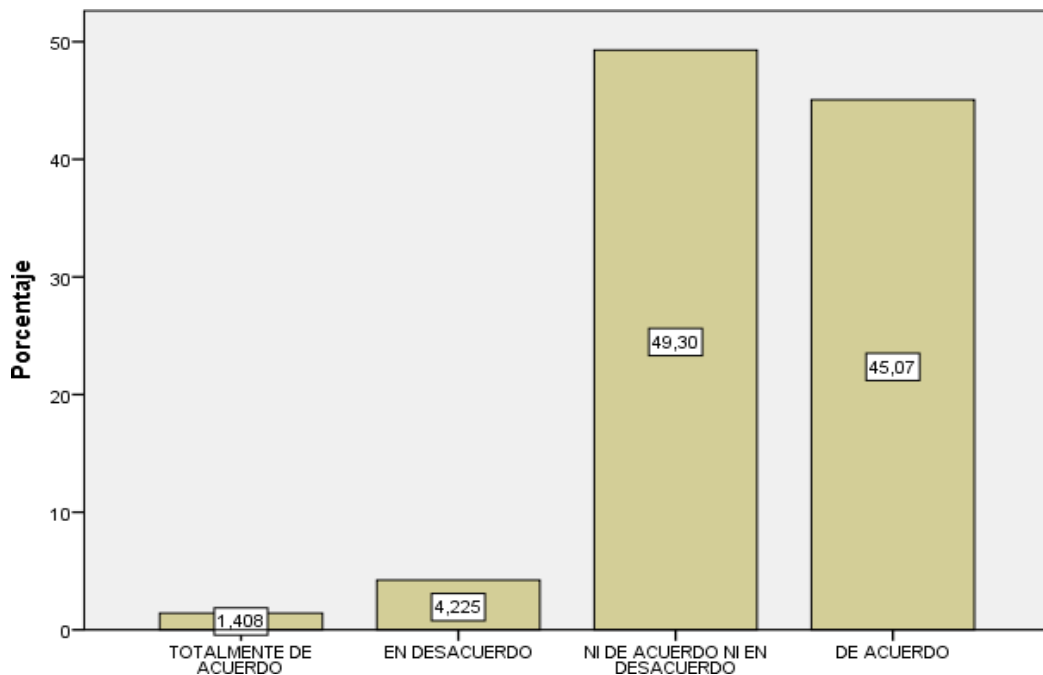
Cuadro de ítem 26

Estas familiarizado y comprometido con los objetivos de la empresa				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	1	1,4	1,4	1,4
EN DESACUERDO	3	4,2	4,2	5,6
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	35	49,3	49,3	54,9
DE ACUERDO	32	45,1	45,1	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 37

Gráfico del ítem 26, Estas familiarizado y comprometido con los objetivos de la empresa



Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

Con respecto a la premisa numero 26 apreciamos que un apreciable 49.30% no está de acuerdo ni en desacuerdo con respecto a estar familiarizado con la cafetería es por ello que no ejercen de una manera óptima su labor a esto se le adjunta un 4.225% que enfatiza que no está de acuerdo en estar familiarizado con la visión que la empresa tenga en ese momento al sumar las dos escalas negativas tenemos que casi el 50% puede ver que la cafetería Lucio cuenta con dificultades de compromiso en los trabajadores, por otra parte hay un 1.408% que está totalmente de acuerdo y se encuentra comprometido y familiarizado con los objetivos de la empresa así como un 45.07% está en una posición de acuerdo la sumatoria de ambas nos resulta que un 40% del total se encuentra vinculado con la empresa así mismo el compromiso debido.

Tabla 50

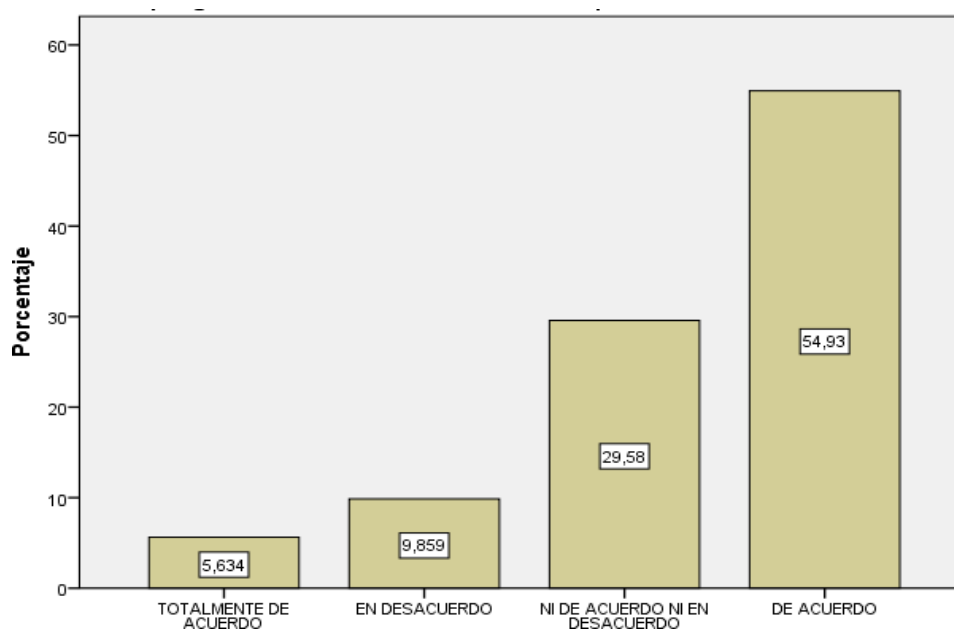
Cuadro de ítem 27

Haz progresado laboralmente de manera positiva en la cadena de cafetería				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	4	5,6	5,6	5,6
EN DESACUERDO	7	9,9	9,9	15,5
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	21	29,6	29,6	45,1
DE ACUERDO	39	54,9	54,9	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 38

Gráfico del ítem 27, Haz progresado laboralmente de manera positiva en la cadena de cafetería en Miraflores.



Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

Sobre la pregunta haz progresado laboralmente de manera positiva en la cafetería un alto porcentaje de escala 54.93% está de acuerdo con ello, entonces casi un 50% del total de los encuestados siente que ha progresado de una manera positiva en la empresa ya que refleja un alto índice de respuesta óptima. De igual manera con la escala de totalmente de acuerdo que con un 5.634% indica su total conformidad respecto al progreso laboral que la cafetería le ha brindado. así mismo un 29.58% indica que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con respecto al progreso que se da en Lucio de manera que no se sienten identificados con tal ítem. sumando ambas cifras de carácter negativo hace referencia a un 30% de los encuestados que no guardan relación alguna con la empresa ya que no sienten un progreso laboral estando en ella.

DISCUSIÓN

La finalidad de este trabajo de investigación fue determinar el nivel de la motivación intrínseca a base de cuatro dimensiones los cuales son involucramiento, desempeño, identificación y orientación a la meta. seguido a ello se utilizó el instrumento del cuestionario el cual estuvo constituido por 27 ítems los cuales se basaron en las preguntas específicas para obtener los mejores resultados en la investigación. En donde se halló según resultados, dificultades las cuales en su mayoría son por parte del personal al momento de ejercer su labor. Ya que se refleja cierta incomodidad en la cadena de cafetería, esto se debe a que no hay un vínculo de total responsabilidad por parte de la gran mayoría de colaboradores, ya que en las respuestas de la encuesta que se llevó a cabo respuestas como, falta de compromiso, falta de flexibilidad y reconocimiento son las principales causas que la cadena de cafetería del distrito de Miraflores está pasando.

Para ello la motivación intrínseca es una motivación la cual toma mucha importancia ya que en el ámbito laboral ha de ser imprescindible puesto que, es algo que da iniciativa para realizar cualquier acción laboral, es por ello, que es muy importante ya que, es un gran aliado contar con trabajadores que poseen dicha motivación así mismo, son un plus al momento de realizar sus tareas diarias esto quiere decir que, lo realizara con la mayor empatía y dedicación. Esto lo corrobora Rivera (2014) quien indica que la motivación intrínseca fluye al momento de satisfacer las necesidades que una persona necesita así mismo, se da al momento del trabajo en donde realizar su labor sea de iniciativa propia y como resultado su satisfacción personal del poder realizarlo.

Entonces para los trabajadores es indispensable contar con dicha motivación intrínseca de manera que el compromiso y relación que se pueda dar, será como resultado de un trabajo en donde se tiene iniciativa propia. Da un resultado mucho más satisfactorio que el trabajado mandado o realizarse por obligación con respecto a ello Kenneth (2005) considera que la importancia de esta motivación se da en el

sentido laboral ya que resulta ser un gran aliado indirecto con grandes resultados satisfactorios en este caso.

Con respecto a la variable motivación intrínseca que se desarrolla en la cadena de cafetería del distrito de Miraflores se aprecia que, de tema fundamental para el buen desenvolvimiento de los trabajadores de aquel lugar, según los resultados de la encuesta que se aplicó se obtuvo como resultado que la motivación intrínseca consta de un 77% de los trabajadores de dicha cadena de cafetería indican que la motivación intrínseca es desde un nivel medio hasta bajo el cual, es un porcentaje importante ya que, es la gran mayoría no cuenta con ello y como tal no hay un equilibrio en donde estos trabajadores se destaquen de una manera apta.

Muy aparte de eso solo un 23% aprecia que si existía tal motivación quiere decir que más de la mitad de los colaboradores no se encuentran con tal motivación. Si bien es cierto, esta motivación depende mucho de la persona esto lo respalda Fischer, Malycha y Schafmann (2019) ya que son ellos quienes indican que esta motivación nos ayuda con tener la creatividad suficiente para realizar las labores determinadas de un modo agradable ya que la finalidad es que se realice con total optimismo y voluntad que es lo principal.

Esto puede reflejar un punto débil hacia dicha cafetería, esto relacionado con lo anterior previene que se tiene que trabajar mucho en ello. Además, podemos destacar que si ese pequeño porcentaje si tiene la iniciativa de tal motivación también se puede trabajar con el resto esto para que a la hora de realizar sus tareas diarias como colaborador sea más efectiva y eficiente ya que se denota que el resto de los trabajadores solo están trabajando ya sea por obligación o por un factor monetario.

En cuanto a los antecedentes , las principales diferencias u omisión de contexto que se pudo encontrar al momento de realizar el contraste con el presente trabajo de investigación fueron las siguientes ; empezando con la investigación de Villarreal (2016), ya que no está enfocado en solo una variable si no con dos , por otro lado al estudio de dos variables lo hace menos específico de esta manera no hace tan preciso la variable de "motivación intrínseca" que es importante para esta investigación ya que lo que se busca es obtener la mayor información posible así como también sea de manera actual.

Con respecto a Pino y Domínguez (2014), lo que busco en este caso es relacionar la motivación intrínseca y la extrínseca la cual no es dable ya que ambas motivaciones son distintas ya que la motivación extrínseca es aquella que siempre busca una recompensa a cambio de su trabajo mientras que la otra motivación tiene como finalidad la realización de satisfacer una necesidad de servicio, sin embargo, no se encontró mucha información acerca de la motivación intrínseca en este artículo, debido a que la muestra fue dirigida hacia adolescentes menores de 18 años los cuales no están enfocados en realizar una motivación intrínseca de manera laboral, por ende, no cuenta con una investigación específica sobre la parte laboral solo lo hace de forma general esto limitando a la investigación de mi trabajo ya que la información que se da es un poco limitada.

Pérez, Cedillo y Calle (2019). en su artículo el busco la satisfacción de clientes mediante la motivación intrínseca que es generada por sus trabajadores, en este caso mi trabajo se enfoca en la misma motivación, sin embargo, busca como incorporarla en los trabajadores de manera que como resultado ejecuten bien su labor diaria, lo cual denota que el artículo está redactado de manera básica hacia el concepto que se busca profundizar, en este caso como resultado indica ser muy general y a la vez con conceptos con definiciones de una óptima más generalizada, esto impide que la información hallada sobre la motivación intrínseca sea mínima, por ende no se puede profundizar a fondo con conceptos a base de ese artículo, sin embargo se encontró también conceptos con definiciones exactas.

Por otro lado, tenemos a Sánchez (2018) quien cuenta con dos variables, dos tipos de motivación extrínseca e intrínseca el cual indica que tanto los conceptos como definiciones no son tan específicas ya que es más información que proporcionar en tanto mi trabajo solo consta de una variable en donde se refleja que el estudio de ella es más precisa, así mismo, su investigación es mixta en este caso mi trabajo es de manera cuantitativa haciendo de ello los resultados más precisos ya que a través de los cuestionarios dan respuestas más rápidas.

Como se expuso antes, se trabajó con cuatro dimensiones para así saber medir la motivación intrínseca que tienen estos colaboradores de dicha empresa para esto se tomó en consideración la colaboración de estos ya que son la base para llevar a cabo dicha encuesta, en este caso.

En cuanto a la dimensión de involucramiento hizo reflejo de algo no tan favorable ya que más de un 70% muestra un nivel desde medio hasta bajo, esto quiere decir que gran parte del equipo de dicha cadena de cafetería no se siente involucrada con su trabajo ni la labor que realiza a diario así mismo, se demuestra que interés que dichos trabajadores por la empresa es mínima si bien es cierto, hay personal comprometido como tal, pero es mínimo en pocas palabras la cadena de cafetería no cuenta con un involucramiento por parte de su equipo de trabajo con relación a los objetivos que esta empresa pueda plantear. Y si gran parte de los colaboradores de la cadena de cafeterías no están involucrados con su trabajo al 100% como consecuencia es una gran ausencia de trabajo en equipo ya que la visión de la empresa se dará con el aporte de todos los colaboradores.

Esto puede ser producto de no manejar un buen clima laboral, para Cardona, Zambrano (2014) es una percepción desde el trabajador hacia su labor ejercida en donde intervienen factores tanto social como laboral es la estabilidad que un trabajador puede encontrar de manera augusta en su empresa.

Por otro lado, se puede inferir que dentro de los ítems encontrados en dicha dimensión tanto la responsabilidad, compromiso y la misma motivación son de un nivel bajo ya que indican ausencia de lo mencionado y solo un 27% indica que si tiene involucramiento con la cafetería, es por ello que Vaca (2017) nos habla sobre la motivación en cómo puede inducirnos en cuanto a las acciones que se da para realizar los objetivos que se tiene en mente, de modo que se tiene que trabajar en el involucramiento aplicando la motivación para la mejora de esto.

En cuanto a la segunda dimensión que es desempeño y el objetivo específico sobre

determinar el nivel de este el resultado que se obtuvo fue que más de la mitad de trabajadores no se están desempeñando con el nivel adecuado que debería ser. Esto no es nada favorable para la empresa ya que en la primera dimensión también predomino la parte no favorable, esto se debe a que la mayoría de los trabajadores que fueron encuestados no presentan una respuesta la cual sea del todo positiva si no que por el contrario según los resultados más del 50% indica cierta indecisión puesto que está en un nivel medio.

En este caso Vera y Collins (2018) quien nos habla sobre la teoría del servicio indican que para ejecutar un trabajo que requiera de "servicio" debe ir de la mano con el tema de vocación de servicio y ya que esto es una cadena de cafeterías el desempeño que tienen que demostrar los trabajadores debería ser alto ya que son estos los que se deben a un público por el cual deben tener exigencias por los mismos consumidores del local.

En la tercera dimensión la cual es identificación y sobre esta tal recae el problema específico acerca de saber cuál es el nivel que se maneja en dicha cafetería sobre la identificación, lo cual, como respuesta según los resultados del cuestionario y los resultados que fueron explicados anteriormente no son favorables, ya que, el 50% denota que la identificación que se da en un nivel medio por ende las opiniones que brindaron los encuestados son negativas en varios ítems lo cuales están relacionados con la dimensión. Un factor que puede intervenir en esta dimensión es la que explica Marín, Ruiz & Henao (2016) quien nos explica sobre la motivación laboral, este detalla que dicha motivación es de nivel psicológico por consecuencia es algo interno y con iniciativa de la propia persona, por ende, se puede inferir que en la cadena de cafeterías existe cierta ausencia por la motivación laboral es por ello que la gran parte de los trabajadores no se sienten identificados con empresa ya que no tienen una relación como tal.

No obstante, al igual que las otras dimensiones son factores los cuales son manejables unos más fáciles que los otros, ya que Naranjo (citado en Araya y Pedreros,2010) nos habla que hay tres motivos por las cuales las personas de forma general buscan la satisfacción de realizar sus necesidades el cual es afiliación, el

poder y el logro.

Esto permitirá obtener un enfoque de identificación, pues a través de la realización de sus tareas laborales dentro de su centro de trabajo podrán realizar estas necesidades y como resultados estos trabajadores se sentirán satisfechos con su labor realizada puesto que tienen una meta que realizar.

Finalmente, la última dimensión el cual lleva el nombre de orientación a la meta que respecta a la parte de compromiso y fidelidad que el trabajador debe tener con su trabajo sin embargo según los resultados indica que solo un tercio del total de los encuestados asume dicha dimensión en relación a su trabajo, un 33% indica que la orientación a la meta que se maneja es de nivel bajo, así mismo. más de la mitad de los trabajadores indican que no se está ejerciendo dicha orientación.

Así mismo en varios indicadores que están en relación con la dimensión de orientación a la meta de la cadena de cafeterías tuvieron un criterio de manera negativa ya que a la falta de orientación no existe compromiso alguno con su lugar de trabajo.

Es notable aquí que existan el motivo monetario y no el de compromiso. así como lo explica Rivera (2014) quien nos habla sobre la motivación intrínseca e indica que al estar dicha motivación en nuestro interior esta puede llegar a tomar un mayor impulso cuando se trata de realizar cualquier tipo de servicios acotando a ello que la cafetería se debe a un público entonces, la motivación intrínseca se tiene que influir de una manera indirecta dando a los trabajadores ese empuje de querer realizar las cosas y manteniéndolos felices es así que la orientación a la meta surgirá y el trabajo en equipo se dará esto también trae consecuencias positivas, puesto que, si el equipo laboral consta con una orientación a la meta que son los resultados mensuales que puede tener la cafetería, esta será aún más productiva y los resultados al final serán los mejores ya que todo el equipo está enfocado en dicha meta.

Esta dimensión toma un enfoque personal también ya que tener dicha orientación es la afinidad que se puede lograr a tener en este caso Fernández (2017) nos detalla que la motivación intrínseca está relacionada a los sentimientos, así como la

necesidad de querer satisfacer lo proyectado.

De esta manera se llega a la conclusión que es de suma importancia ejercer la motivación intrínseca porque contribuye a un buen manejo de compromiso y coordinación que se tiene en relación a empresa colaborador. Así mismo, la empresa debe dar mayor importancia en dar solución a los problemas internos en base al equipo de trabajo para que de esa manera todos vallan a un mismo ritmo.

Se puede concluir que la variable motivación intrínseca seguido de las dimensiones son factores claves los cuales se debe tener presente al momento de dirigir una empresa el cual se requiere de personal para el servicio porque de no resultar apto el equipo de trabajo la empresa podría tener problemas.

V. CONCLUSIONES

La motivación intrínseca de la cadena de cafeterías es de nivel bajo puesto que más de un 50% de los trabajadores respondieron ante las encuestas que dicha motivación no es influenciada al momento de ir a trabajar, una gran mayoría indica que es escasa por ende es la motivación intrínseca es limitada en ese lugar. Esto se debe a que el compromiso con relación hacia trabajadores con su labor que realizan no es de total compromiso así mismo, un factor que involucra esto es la coyuntura que se está pasando en la actualidad ya que a reducción de personal y mayores restricciones.

El nivel de involucramiento en la cadena de cafeterías es de nivel medio a bajo ya que, según los resultados gran parte del equipo de trabajo no se siente involucrado con su empresa esto a causa de no sentirse en un ambiente laboral agradable y un constante equipo en donde puedan realizarse como profesionales o ascender a una línea de carrera.

El nivel de desempeño que se desarrolla en la empresa es de nivel bajo, esto se debe a que los trabajadores no están enfocados en su 100% en sus labores diarios, sintiéndose obligados a realizarlo por un fin monetario, mas no por llegar a los objetivos como trabajo en equipo a las metas de la cadena de cafetería.

El nivel de identificación de la cadena de cafetería es bajo ya que gran parte del personal no se siente identificado con la empresa esto se debe a que hay colaboradores los cuales al ejercer su trabajo no sienten fijación de sus propias metas y por consecuencia los aportes que se darán en su tiempo de labor será poco óptimo.

VI. RECOMENDACIONES

La cadena de cafetería tendría que implementar un manual en donde está a detalle la función que ejerce cada puesto o área de trabajo, puesto que así, los colaboradores sabrán desde un comienzo que actividades se darán a desarrollar diariamente desde el primer día de trabajo en la cadena de cafetería, así mismo debe estar supervisado por cada encargado de área de ese modo estarán comprometidos y con un fin significativo.

Se recomendaría realizar reuniones mensuales en las cuales todos los trabajadores sean libres de expresar sus incomodidades y también sus acotaciones a mejoras a la empresa de esa manera se sentirá parte de la empresa ya que tomaran en cuenta la opinión de estos, indirectamente se irán involucrando con la empresa y toma de decisiones para la mejora de resultados de la cadena de cafetería.

Se recomienda que la cadena de cafetería debería implantar el concurso del colaborador del mes de esa manera incentivan a los trabajadores a esforzarse al máximo de esta manera el desempeño que realizaran será el máximo, así como también las ganas de esfuerzo por lograr el objetivo.

Se recomienda charlas motivadoras en donde los trabajadores sean involucrados de manera indirecta, haciéndoles ver que el trabajo en equipo junto con la cadena de cafeterías es importante ya que el éxito se debe a ambas partes, y como resultado se tendrán clientes contentos junto con la recomendación de ellos.

REFERENCIAS

- Aguirre, J & Rincon, J (2017). Motivación y satisfacción en el trabajo, Universidad tecnológica de Pereira. https://www.academia.edu/33310018/MOTIVACION_Y_SATISFACCION_EN_EL_TRABAJO_INFORME_ESCRITO.
- Araya, C; Pedreros, L (2010) Análisis de las teorías de motivación de contenido: una aplicación al mercado laboral de Chile del año 2010. *Revista Ciencias Sociales*. Volumen (4). Número (142). p.45-61. <https://www.redalyc.org/pdf/153/15333870004.pdf>.
- Argüelles y García (2010) Estrategias para promover procesos de aprendizaje autónomo. *Revista Escuela de Administración de Negocios*. Número (69). Colombia <https://www.redalyc.org/pdf/206/20619966015.pdf>.
- Ávila, I; Barbero, M; García, M & García, M La motivación laboral de los jóvenes en su primer empleo. *Revista Psicothema*. Volumen (15) número (1), p.111-112. <http://www.psycothema.com/psycothema.asp?id=1031>.
- Aziri, B. (2011). Job satisfaction: A literature review. *Management research and practice*. *Revista MANAGEMENT RESEARCH AND PRACTICE*, volumen(3) número(4), p.77-86. <http://mrp.ase.ro/no34/f7.pdf>.
- Blanco, J (2010) *Medición de la satisfacción del cliente del restaurante museográfico taurino, y formulación de estrategias de servicio para la creación de valor*. (tesis para obtener la licenciatura) Universidad Pontificia Javeriana, Bogotá. <https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis356.pdf>.

- Calle, D & Gálvez, D (2017). Relación entre la motivación y satisfacción laboral con la calidad de atención en un hospital docente del ministerio de salud. *Revista Tzhoecoen*, Volumen (9) número (3). <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/tzh/article/view/592>.
- Calle, I; Cedillo, R & Pérez, E (2019) Grado de satisfacción en la prestación de servicio de restauración en los puertos de la provincia de El Oro. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo* volumen (15), número (2), p.185-186. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/riat/v15n2/0718-235X-riat-27-52-00180.pdf>.
- Chatura, M (2015) From service quality to service theory and practice. *Revista Eerald Insight* volumen (25) numero (1) p.2-9. Downloads/2015JSTPEditorial.pdf.
- Chavarria, S (2018) *La motivación intrínseca en las relaciones interpersonales en estudiantes del tercer año B, nivel secundario de la Institución Educativa Pública "Señor de los Milagros Ayacucho 2018*.Universidad Cesar Vallejo. Ayacucho <https://core.ac.uk/download/pdf/225601582.pdf>.
- Chiavenato, I. (2010). *Comportamiento Organizacional. La dinámica del existo en las organizaciones*, 2da edición. Editorial McGraw-Hill.
- Crispín (2011) *Aprendizaje Autónomo orientaciones para la docencia*, Editorial Universidad Iberoamérica.
- Cruz,M ; Pérez, M & Trevilla,C (2014). Influencia de la motivación intrínseca y extrínseca sobre la transmisión de conocimiento. El caso de una organización sin fines de lucro *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, numero (66), p.189. <https://www.redalyc.org/pdf/174/17413043009.pdf>.

- Cubillos, B; Velásquez, F & Reyes, M. (2014). Plan de mejoramiento de variables del clima organizacional que afectan al desempeño laboral en una entidad del Estado. *Revista Suma de negocios*, volumen (5) numero (10), p.69-73. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X14700126>.
- De la Cruz Barrios, Andrea; Epalza, A & Orozco De La Hoz, S. (2017). Satisfacción con la vida y su relación con la Satisfacción Laboral. Universidad del Norte. Colombia. https://www.researchgate.net/publication/331134998_Satisfaccion_con_la_vida_y_su_relacion_con_la_Satisfaccion_Laboral.
- Díaz, J.; Díaz, M., & Morales, S. (2014). Motivación laboral en trabajadores de empresas formales de la ciudad de Bogotá. *Revista Iberoamericana de Psicología: Ciencia y Tecnología*, volumen (7) numero (1), p.62, Dialnet-MotivacionLaboralEnTrabajadoresDeEmpresasFormalesD-4905118%20(1).pdf.
- Domínguez, A & Pino, J (2014). Motivación intrínseca y extrínseca: análisis en adolescentes gallegos. *Revista de psicología*, volumen (1) numero (1), p.351-352. <https://www.redalyc.org/pdf/3498/349851780036.pdf>.
- Espinoza, M ;Torres.P (2017) *Motivación extrínseca e intrínseca y el rendimiento académico en el área de comunicación en alumnos del V ciclo de educación primaria del distrito de Chancay*, Universidad Cesar Vallejo.http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/6510/Espinoza_AME-Torres_CPB.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Farrell, T & Jacobs, G (2010). Essentials for successful English language teaching.*Revista Continuum International Publishing Group*,London <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED574120.pdf>.

Fauziah, W; Kian, T & Mohamed, T. (2013). HERZBERG'S TWO FACTORS THEORY ON WORK MOTIVATION: DOES ITS WORK FOR TODAY'S ENVIRONMENT?. *Revista Global Institute for Research y education*, volumen (2) número (5), p.18-22.https://www.academia.edu/5829228/HERZBERG_S_TWO_FACTORS_THEORY_ON_WORK_MOTIVATION_DOES_ITS_WORK_FOR_TODAYS_ENVIRONMENT?auto=download.

Fernández, G. (2017). *La motivación extrínseca e intrínseca de los empleados como éxito para las organizaciones laborales: Un estudio en el sector siderometalúrgico de la Rioja* (tesis para conseguir la licenciatura). Universidad de La Rioja. Logroño.https://biblioteca.unirioja.es/tfe_e/TFE002648.pdf.

Fischer, C; Malycha, C & Schafmann, E. (2019). The Influence of Intrinsic Motivation and Synergistic Extrinsic Motivators on Creativity and Innovation. *Revista Frontiers Psychology*.<https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2019.00137/full>.

Gamboa, J; García, F; Ripoll, P & Peiró, J. (2007). *La empleabilidad y la iniciativa personal como antecedentes de la satisfacción laboral*. Universidad de Valencia <https://web2011.ivie.es/downloads/docs/wpasec/wpasec-2007-01.pdf>.

García & Forero, C. (2014). Motivación y satisfacción laboral como facilitadores del cambio organizacional: Una explicación desde las ecuaciones estructurales. *Revista Psicogente*, volumen (17) número (31), p.120-142.https://www.researchgate.net/publication/277003302_Motivacion_y_satisfaccion_laboral_como_facilitadores_del_cambio_organizacional_una_expl icacion_desde_las_ecuaciones_estructurales.

- Girado, D. (2019). *Estudio sobre la motivación laboral: una aplicación de la Teoría de la expectativa de Vroom*. Universidad Católica de Murcia. (tesis para obtener la licenciatura). Murcia. <http://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/4220/Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Guillén, L.& Saris, W. (2013). Competencies, personality traits, and organizational rewards of middle managers: A motive-based approach. *Revista Human Performance*, volumen (26) numero (1), p. 66–92. <https://doi.org/10.1080/08959285.2012.736898>.
- Gutierrez, M. (2015) *La sociedad knowmad y los nuevos circuitos de diseño*, Editorial Diseño y el Cine Documental.
- Gutiérrez, W. (2013). *Motivación y satisfacción laboral de los obreros de construcción civil: bases para futuras investigaciones* (tesis para conseguir la licenciatura). Universidad Pontificia universidad católica del Perú. Lima. http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/4727/GUTIERREZ%20WALTER%20MOTIVACION_SATISFACCION_LABORAL_OBREROS_INVESTIGACIONES.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Hernández, S; Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª. Ed). Distrito Federal, México: Mc Graw Hill.
- Hofmans, J. (2012). Individual differences in equity models. *Revista Psicología*, volumen (33). p.473-482. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ980489.pdf>.
- Huilcapi, M; Castro, G & Jácomeo, G. (2017) Motivación: las teorías y su relación en el ámbito empresarial. *Revista Dom Cien*, volumen (3) numero (2), p.311-333. [file:///C:/Users/Cristian/Downloads/Dialnet-Motivacion-5889721%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/Cristian/Downloads/Dialnet-Motivacion-5889721%20(4).pdf).

Kenneth (2005) *La motivación intrínseca en el trabajo*. Editorial Universitaria Ramón Areces.

Lee, X ; Yang,B &Li,W.(2017).The influence factors of job satisfaction and its relationship with turnover intention: Taking early-career employees as an example.*Revista Redayc*, volumen(33) número(3).p.697-707.v <https://www.redalyc.org/pdf/167/16752019028.pdf>.

Loaiza, E; Salazar, P; Espinoza, L & Lozano, M (2019) Clima Organizacional en la Administración de Empresas. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*. Volumen (3) número (1). <https://www.recimundo.com/index.php/es/article/view/354/pdf>.

Mandujano, T. (2016) *Motivación intrínseca en estudiantes de Educación secundaria de la provincia de Tarma* (tesis para obtener la licenciatura). Universidad nacional del centro del Perú, Tarma. <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/4805/Mandujano%20Valencia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Marcos, E & Martín, L (2016). Formación de profesionales para la empresa del siglo XXI.*Revista Ekonomiaz*. número (89) .Downloads/Dialnet-FormacionDeProfesionalesParaLaEmpresaDelSigloXXI-5487067.pdf.

Marín, H & Placencia, M. (2017). Motivación y satisfacción laboral del personal de una organización de salud del sector privado. *Revista Horizonte Medico*, volumen (17) numero(4).http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-558X2017000400008.

- Marín, K; Ruiz, A & Henao, E. (2016). La motivación como un factor clave de éxito en las organizaciones modernas. *Revista Colección Académica de Ciencias Sociales*. Volumen (3) número (2) p.22-35. https://pdfs.semanticscholar.org/0984/057aca4188919b1b8741accc4c4c5425a135.pdf?_ga=2.238420224.1444083411.1592283023-1598149751.1592283023.
- Marulanda, F; Montoya, I & Vélez, J. (2014) Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. Editorial Pensamiento y gestión, numero (36). https://www.researchgate.net/publication/270467210_Teorias_Motivacionales_en_el_estudio_del_emprendedor.
- Maslow, A. (2012). *El hombre autorrealizado: Hacia una psicología del ser*. Editorial Kairos.
- McLeod, S (2013). Maslow's Hierarchy of Needs. *Revista Highgate counselling centre*. <https://highgatecounselling.org.uk/members/certificate/CT2%20Paper%201.pdf>.
- Min, H; Xuan, P & Kamioka, E. (2019). Enhancement of Study Motivation Model by Introducing Expectancy Theory. https://www.researchgate.net/publication/333209220_Enhancement_of_Study_Motivation_Model_by_Introducing_Expectancy_Theory
- Moravec, J (2013). *Knowmad Society*. Editorial Education Futures.
- Parvesh, K. (2015). Motivation: Concept, Theories and practical implications. *Revista CASIRJ*, volumen (6) numero(8). https://www.academia.edu/19739571/MOTIVATION_CONCEPT_THEORIES_AND_PRACTICAL_IMPLICATIONS.

- Pujol, L. (2018). Satisfacción laboral: una revisión de la literatura acerca de sus principales determinantes. *Revista Estudios Gerenciales*, volumen (34) numero (146). p.3-18. <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v34n146/0123-5923-eg-34-146-00003.pdf>.
- Rivera, G. (2014). "La motivación del alumno y su relación con el rendimiento académico en los estudiantes de Bachillerato Técnico en Salud Comunitaria del Instituto República Federal de México de Comayagüela, M.D.C., durante el año lectivo 2013. (tesis para obtener el título de master). Universidad Pedagógica nacional Francisco Morazán. México. <file:///C:/Users/Cristhian/Downloads/la-motivacion-del-alumno-y-su-relacion-con-el-rendimiento-academico-en-los-estudiantes-de-bachillerato-tecnico-en-salud-comunitaria-del-instituto-republica-federal-de-mexico-de-comayaguela-mdc-durante-el-ano-le.pdf>.
- Robbins, S (2013). *Comportamiento organizacional*, 10ma Edición. Editorial Pearson Education
- Rosales, R (2010, s.n). Componentes esenciales del trabajo en equipo y el servicio al (a la) cliente(a)(a) interno(a) y externo(a). *Revista Bibliotecas* volumen (28) numero (2) p. s. n [Downloads/383-Texto%20del%20artículo-1329-1-10-20110728%20\(1\).pdf](Downloads/383-Texto%20del%20artículo-1329-1-10-20110728%20(1).pdf).
- Sánchez & García, M. (2017). Satisfacción Laboral en los Entornos de Trabajo. Una exploración cualitativa para su estudio. *Revista Scientia Et Technica*, volumen (22) número (2). <https://www.redalyc.org/pdf/849/84953103007.pdf>.
- Sánchez, N; Sifuentes, A. (2018). *Influencia de la motivación extrínseca e intrínseca en la intención de permanencia de los trabajadores de restaurantes de pizzas y pastas del distrito de Miraflores*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima.

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623805/Sanchez_CN.pdf?sequence=4&isAllowed=y.

Solf, A. (2006). Motivación Intrínseca Laboral y su relación con las variables de personalidad Orientación a la Meta y Tesón. Revista de la Universidad de Lima, p.111-112. Lima
<http://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Persona/article/view/905/855>.

Sotelo, A.; Almaguer, K. & Quintero, J. (2016). La motivación, la formación y el desarrollo humano como factores de incidencia en el compromiso organizacional. RECAI Revista de Estudios en Contaduría, volumen (4) numero (11), p.35-56.

Sum, M. (2015). *Motivación y desempeño laboral*. (tesis para obtener la licenciatura. Universidad Rafael Landívar. Tenango.<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Sum-Monica.pdf>.

Tamayo, A & Gamero, J. (2010). Dinámica de la equidad. *Revista. Universidad de Sevilla*.
[https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/84038/Cap.libro-Din%20mica%20de%20la%20equidad\(p%20gs.%20365-380\)-p%20ginas-365-380.pdf;jsessionid=48E557C306CC39AD0F736471531D9DAD?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/84038/Cap.libro-Din%20mica%20de%20la%20equidad(p%20gs.%20365-380)-p%20ginas-365-380.pdf;jsessionid=48E557C306CC39AD0F736471531D9DAD?sequence=1&isAllowed=y).

Taormina, R & Gao, J. (2013). Maslow and the Motivation Hierarchy: Measuring Satisfaction of the Needs. *Revista Summer*. Volumen (126) numero (2), p155-177.
https://www.researchgate.net/publication/249964580_Maslow_and_the_Motivation_Hierarchy_Measuring_Satisfaction_of_the_Needs

Universia (2016). *7 de cada 10 trabajadores están insatisfechos con su trabajo*.
<https://www.20minutos.es/noticia/2781137/0/69-por-ciento-trabajadores-espanoles-insatisfechos-trabajo-sueldo/>.

Universidad La Concordia indica que (16 ago. del 2018). El siglo 21 exige nuevas competencias y habilidades para el mundo laboral. <https://www.universidadlaconcordia.edu.mx/blog/index.php/nuevas-competencias-y-habilidades-para-el-mundo-laboral/>.

Vaca, M (2017) Motivación laboral en los servidores públicos de Ecuador. *Revista Innova*, volumen (2) numero (7), p.101-108. <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/235/1272>.

Vera, N & Collins, N (2018) El servicio al cliente como filosofía y factor de posicionamiento de las cooperativas de taxis. *Revista Innova Research Journal* volumen (3) numero (2) p. 71-82. Downloads/Dialnet-ElServicioAlClienteComoFilosofiaYFactorDePosiciona-6324893.pdf.

Villarreal, A & Morales, P (2017). La motivación intrínseca y el clima laboral en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Rey David Cia Ltda. (tesis para obtener la licenciatura). Universidad Técnica de Ambato. Ecuador. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/24562/1/La%20Motivaci%c3%b3n%20Intr%c3%adnseca%20y%20el%20Clima%20Laboral%20en%20la%20Cooperativa%20de%20Ahorro%20y%20Cr%c3%a9dito%20Rey%20David.pdf>.

Whelan, L. (2014). *La adecuación de las teorías clásicas de motivación a la diversidad cultural del entorno laboral actual*. Universidad Pontificia Comillas. Madrid. <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/1166/retrieve>.

Anexo 5: Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Tema o unidad de análisis	Categorías o dimensiones	Metodología
<p>General</p> <p>¿Cuál es el nivel de la motivación intrínseca en los trabajadores de una cadena de cafeterías – Miraflores ,2020?</p> <p>Problemas Específicos</p> <p>¿Cuál es el nivel de involucramiento en los trabajadores de una cadena de cafeterías –Miraflores 2020?</p> <p>¿Cuál es el nivel de desempeño en los trabajadores de una cadena de cafeterías –Miraflores 2020?</p> <p>¿Cuál es el nivel de identificación en los trabajadores de una cadena de cafeterías –Miraflores 2020?</p> <p>¿Cuál es el nivel de orientación a la meta en los trabajadores de una cadena de cafeterías – Miraflores 2020?</p>	<p>General</p> <p>Determinar el nivel de la motivación intrínseca en los trabajadores de una cadena de cafeterías – Miraflores 2020</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>Identificar el nivel de involucramiento en los trabajadores de una cadena de cafeterías – Miraflores 2020</p> <p>Determinar el nivel de desempeño en los trabajadores de una cadena de cafeterías – Miraflores 2020</p> <p>Determinar el nivel de identificación en los trabajadores de una cadena de cafeterías – Miraflores 2020</p> <p>Determinar el nivel de orientación de metas en los trabajadores de una cadena de cafeterías – Miraflores 2020</p>	<p>Motivación intrínseca</p>	<p>Involucramiento</p> <p>Desempeño</p> <p>Identificación</p> <p>Orientación a la meta</p>	<p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Diseño: No experimental – Transversal</p> <p>Población: 71 trabajadores de una cadena de cafeterías en Miraflores</p> <p>Muestra: Toda la población</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumentos: datos Cuestionario</p>

Anexo 6: Matriz operacional de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Subindicadores	Ítems para los trabajadores de una cadena de cafeterías en Miraflores	Escala de medición				
Motivación Intrínseca	Definida por el hecho de realizar una actividad por el placer y la satisfacción que uno experimenta mientras aprende (Thomas,2005 , p.65)	La motivación intrínseca lo vamos a medir utilizando las dimensiones involucramiento, desempeño, identificación y orientación a la meta (Thomas,2005)	Involucramiento	Orientación al equipo,	Alta productividad	La motivación de la cadena de cafetería te hace más productivo	Ordinal Escala Likert • Totalmente de acuerdo • De acuerdo • Ni de acuerdo ni en desacuerdo • En desacuerdo • Totalmente en desacuerdo				
					Libertad de decisión	Tienes la libertad de adecuar los protocolos según tu entendimiento y comodidad Hay libertad en aportar en la mejora de la empresa y sé que será tomada en cuenta					
				Desarrollo de capacidades	Desenvolvimiento en el trabajo	El desenvolvimiento en tu trabajo diario ayuda a motivar a tu equipo laboral					
					Sentimiento de realización	Logras desarrollar todas capacidades en tu centro laboral La motivación es el principal pilar que te transmite la empresa					
				Desempeño	Comportamiento	Reconocimiento		La empresa reconoce tu desempeño y te premia por eso			
						Empoderamiento		Iniciativa laboral Sientes que la empresa apoya a tus diversas iniciativas laborales			
			Desarrollo de actividades		Desarrollo profesional	Trabajar en la empresa ha permitido ampliar tus habilidades preexistentes					
					Capacitación	Las capacitaciones influyen a mejorar tu trabajo Las capacitaciones se orientan a mejorar tu desempeño profesional en general Las capacitaciones te motivan a familiarizarte con tu empresa					
						Reflexión de metas de trabajo		Estas familiarizado con los objetivos de la empresa Los objetivos de la empresa los sientes como tuyos también			
			Identificación		Reconocimiento social	Calidad de vida laboral Tu equipo de trabajo en la cadena de cafetería es como una familia La calidad de vida laboral que te ofrece la empresa es motivadora para ti					
				Incentivo externo	Cientes felices	El trato de los comensales hace que te sientas bien en la empresa La imagen de la empresa ayuda a que los clientes tengan un buen trato con los con nosotros					
					Enfoque al cliente	Calidad de servicio		Estas motivado por dar la mejor atención a tus clientes de la cadena de cafetería			
			Vocación de servicio	Estas motivado y satisfecho cada vez que tu cliente te dice que está feliz de que lo hallas atendido							
			Satisfacción de servicio	Tu cliente se va con una buena imagen de tu empresa gracias a ti Los clientes fidelizados se deben al esfuerzo al momento de la atención en servicios y productos							
				Enfoque a resultados		Te motiva saber que tu empresa requiere de tus servicios					
						Orientación a la meta		Compromiso		La empresa te demuestra que eres una pieza fundamental en el organigrama Estas familiarizado y comprometido con los objetivos de la empresa	
								Motivación de logro	Potenciar los logros	Haz progresado laboralmente de manera positiva en la cadena de cafetería	

Anexo 7: Instrumentos utilizados

Cuestionario para medir la motivación intrínseca de los trabajadores de una cadena de cafetería-Miraflores

En la presente encuesta se desea recolectar información acerca de la Motivación Intrínseca de cadena de cafetería que va dirigida hacia los trabajadores de dicha organización. Se le pide que sirva a completar a la siguiente encuesta con toda transparencia marcando con una (X) siendo la valoración 1 la menor y 5 la mayor. Agradeciendo de antemano su participación en la presente investigación

SEXO: _____ EDAD: _____ LUGAR DE RESIDENCIA: _____

Escala de medición

		1	2	3	4	5		
		Totalmente en desacuerdo	en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo		
DIMENSIONES	ITEMS	1	2	3	4	5		
Involucramiento	La motivación de la cadena de cafetería te hace más productivo							
	El cargo y las responsabilidades que tienes en la cafetería te motivan a un mejor desempeño							
	Tienes la libertad de adecuar los protocolos según tu entendimiento y comodidad							
	Hay libertad en aportar en la mejora de la empresa y sé que será tomada en cuenta							
	El desenvolvimiento en tu trabajo diario ayuda a motivar a tu equipo laboral							
	Logras desarrollar todas capacidades en tu centro laboral							
	La motivación es el principal pilar que te transmite la empresa							
Desempeño	La empresa reconoce tu desempeño y te premia por eso							
	Sientes que la empresa apoya a tus diversas iniciativas laborales							
	Trabajar en la empresa ha permitido ampliar tus habilidades preexistentes							
	Las capacitaciones influyen a mejorar tu trabajo							
	Las capacitaciones se orientan a mejorar tu desempeño profesional en general							
	Las capacitaciones te motivan a familiarizarte con tu empresa							
Identificación	Estas familiarizado con los objetivos de la empresa							
	Los objetivos de la empresa los sientes como tuyos también							
	Tu equipo de trabajo en la cadena de cafetería es como una familia							
	La calidad de vida laboral que te ofrece la empresa es motivadora para ti							
	El trato de los comensales hace que te sientas bien en la empresa							
	La imagen de la empresa ayuda a que los clientes tengan un buen trato con los con nosotros							
Orientación a la meta	Estas motivado por dar la mejor atención a tus clientes de la cadena de cafetería							
	Estas motivado y satisfecho cada vez que tu cliente te dice que está feliz de que lo hallas atendido							
	Tu cliente se va con una buena imagen de tu empresa gracias a ti							
	Los clientes fidelizados se deben al esfuerzo al momento de la atención en servicios y productos							
	Te motiva saber que tu empresa requiere de tus servicios							
	La empresa te demuestra que eres una pieza fundamental en el organigrama.							
	Estas familiarizado y comprometido con los objetivos de la empresa							
	Haz progresado laboralmente de manera positiva							

Anexo 8: validación de expertos



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 04 JUNIO de 2020

Apellido y nombres del experto: ROBERT ALEXANDER JARA MIRADA

DNI: 42312593 Teléfono: 947995565

Título/grados: DR. EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Cargo e institución en que labora: DOCENTE

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO.

	ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	X		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	X		
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	X		
7	¿el diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	X		
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	X		
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	X		

SUGERENCIAS

FIRMA DEL EXPERTO



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 17 JUNIO de 2020

Apellido y nombres del experto: **Agurto Ruiz Karla Paola**

DNI:46695542

Teléfono:949411151

Título/grados: **MBA. Administración de Negocios**

Cargo e institución en que labora: **Coordinadora de Escuela de Administración en Turismo y Hotelería- UCV Piura**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en las columnas de SÍ o NO.

	TEM	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	X		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	X		
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	X		
7	¿el diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	X		
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	X		
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	X		

SUGERENCIAS: **NINGUNA**

FIRMA DEL EXPERTO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 04 de junio de 2020

Apellido y nombres del experto: Zevallos Gallardo, Z. Verónica.

DNI: 41726975

Teléfono: 932371609

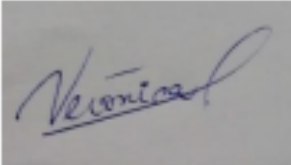
Título/grados: Mg. Docencia Universitaria.

Cargo e institución en que labora: Universidad Cesar Vallejo.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO.

	ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	x		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	x		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	x		
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	x		
7	¿el diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	x		
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	x		
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	x		

SUGERENCIAS: _____



FIRMA DEL EXPERTO

Anexo 8: Base de datos

	Involucramiento									Desempeño				Identificación						Orientación a la meta							
	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	I9	I10	I11	I12	I13	I14	I15	I16	I17	I18	I19	I20	I21	I22	I23	I24	I25	I26	I27
E1	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
E2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	5	4	4	4	3	4	4
E3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	5	3	4	4	4	3	2
E4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5
E5	4	3	1	2	4	2	2	2	3	2	4	4	5	5	3	4	3	4	4	5	5	4	5	3	1	4	4
E6	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	3	4	3
E7	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4
E8	3	4	2	3	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4
E9	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5
E10	5	5	4	3	5	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	5	5	5	5	4	4	4	1
E11	5	5	2	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	5	5	5	5	5	5	5	2	3	4
E12	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
E13	4	3	3	4	3	3	2	3	4	3	2	2	3	3	3	2	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4
E14	3	4	4	2	3	3	3	4	4	3	4	2	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4
E15	3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3
E16	3	3	4	3	4	4	2	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	3
E17	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4
E18	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
E19	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	5	4	3	3	3
E20	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
E21	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
E22	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4
E23	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4
E24	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
E25	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	5	4	4	4	4
E26	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4
E27	5	5	4	3	5	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	5	5	5	5	4	4	4	1
E28	3	4	2	3	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4
E29	4	5	4	3	4	3	5	3	4	4	5	5	4	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4
E30	4	5	4	3	4	3	5	3	4	4	5	5	4	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4
E31	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	5	2	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3
E32	3	3	4	4	2	4	3	3	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3	2	4	4	3	3	5	4	4	3
E33	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4
E34	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3
E35	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	2	3	2	3	2	4	3	4	4	3	4	4	5	3	3	3	4
E36	3	3	4	5	4	2	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	2	4	3	3	3	4
E37	3	2	4	4	3	4	4	2	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	2	3	3
E38	4	3	4	2	3	2	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	4	3	2	4	3	4	3	2	4	3	4
E39	4	3	2	3	4	3	2	2	2	3	4	2	4	2	3	3	4	3	2	3	5	5	3	4	3	3	2
E40	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
E41	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4
E42	4	3	2	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3
E43	4	2	3	4	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	4	2	4	4	3	2	4	4	4	3
E44	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	2	4	3	2	3	4	4	3	3	2	3	4	3	3	3	4	4

E45	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3		
E46	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3
E47	4	3	3	4	3	2	3	2	4	3	2	2	4	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3
E48	4	4	3	2	4	2	4	3	3	3	3	4	2	4	3	3	4	2	2	4	3	2	3	2	3	3	2
E49	3	2	2	3	3	4	2	4	4	3	3	2	4	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	4	2
E50	3	3	4	2	4	2	3	3	2	3	3	2	3	3	4	4	3	2	3	3	4	3	3	4	2	2	2
E51	3	4	2	3	4	3	3	4	3	4	2	4	2	4	4	3	2	4	3	2	2	4	4	3	4	3	3
E52	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	2	4	4	2	4	4	4	3	4
E53	2	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	2	3	4	4	3	3	2	4	4	4	3	2	3	3
E54	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	3	4
E55	4	5	4	5	4	4	5	3	5	4	4	5	3	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	3	3	4
E56	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	3	4	2	4	2	4	4
E57	4	3	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	4	4	4	3	4	4
E58	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
E59	3	2	2	4	3	2	4	3	3	4	3	2	4	3	3	4	2	4	3	2	3	4	3	2	2	3	2
E60	2	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4
E61	4	4	3	4	4	2	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	2
E62	4	4	3	4	4	3	2	3	3	2	3	4	3	4	2	2	4	4	3	3	4	4	3	4	2	4	4
E63	3	4	2	4	3	4	3	4	2	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	2	3	3
E64	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3
E65	4	5	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
E66	3	2	4	2	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
E67	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	2	4	4	3	3	4	3
E68	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	2	2	4	5	5	3	4	3	4
E69	4	3	4	4	3	4	3	2	4	4	4	3	4	3	2	4	1	4	3	4	4	5	4	3	4	2	3
E70	4	3	3	4	3	4	4	2	4	3	4	3	2	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	3
E71	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	3	4



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN
TURISMO Y HOTELERÍA**

Título de la tesis

Motivación intrínseca en los trabajadores de una cadena de
cafeterías en Miraflores-2020.

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE ADMINISTRACION EN
TURISMO Y HOTELERIA

AUTORA:

Arbi Prieto, Jasmin Jhakelin (<https://orcid.org/0000-0002-2846-6481>)

ASESOR:

Mg. Huamaní Paliza, Frank David (ORCID: 0000-0003-3382-1246)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Turística

LIMA - PERÚ

2020

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi abuelo José Elías Prieto García agradeciéndole por el amor incondicional que siempre me tuvo, mientras viva, siempre vivirás en mi recuerdo. Así mismo a mi madre ya que sin ella no lo habría logrado, la mujer que siempre va de mi mano y el amor más sincero que tengo.

AGRADECIMIENTO

Primero a Dios, luego a mi familia, mi hermano, tíos por su apoyo y amor hacia mi persona, por siempre velar por mi bienestar y enseñarme a ser un gran ser humano. A mi asesor de tesis que gracias a su ayuda pude lograr mi objetivo, con mucho esfuerzo y dedicación.

Índice de contenidos	
Caratula	
Dedicatoria.....	ii
Agradecimientos.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de gráficos y figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I.INTRODUCCION.....	1
II.MARCO TEORICO.....	7
III.METODOLOGIA.....	36
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	37
3.2. Variables y operacionalizacion.....	37
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestro, unidad de análisis.....	38
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	38
3.5. Procedimiento.....	40
3.6. Método de análisis de datos.....	41
3.7. Aspectos éticos.....	41
IV.RESULTADOS Y DISCUSION.....	42-97
V.CONCLUSIONES.....	104
VI.RECOMENDACIONES.....	106
REFERENCIAS	108
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1. Resumen de conceptos de Cultura Organizacional.....	15
Tabla 2 Validación de expertos.....	39
Tabla 3 Cuadro de procedimientos.....	40
Tabla 4 Escala de Likert, Motivación Intrínseca.....	44
Tabla 5 puntos de corte de la variable Motivación Intrínseca.....	44
Tabla 6 rango bajo, medio y alto.....	45
Tabla 7 rangos de la Variable Motivación Intrínseca.....	45
Tabla 8 escala de Likert, Involucramiento.....	46
Tabla 9 puntos de corte de involucramiento.....	47
Tabla 10 rango bajo, medio y alto.....	47
Tabla 11 rangos de la dimensión involucramiento.....	47
Tabla 12 escala de Likert, Desempeño.....	49
Tabla 13 puntos de corte de la dimensión desempeño.....	49
Tabla 14 rango bajo, medio y alto.....	49
Tabla 15 rangos de la Dimensión desempeño.....	50
Tabla 16 escala de Likert, Identificación.....	51
Tabla 17 puntos de corte de identificación.....	51
Tabla 18 rango bajo, medio y alto	
Tabla 19 rangos de la dimensión identificación.....	52
Tabla 20 escala de Likert, orientación a la meta.....	53
Tabla 21 puntos de corte de Orientación a la meta	
Tabla 22 rango bajo, medio y alto.....	54
Tabla 23 rangos de la dimensión identificación.....	54
Tabla 24.....	56
Tabla 25.....	57
Tabla 26.....	59
Tabla 27.....	60
Tabla 28.....	62
Tabla 29.....	63
Tabla 30.....	65
Tabla 31.....	66

Tabla 32.....	68
Tabla 33.....	69
Tabla 34.....	71
Tabla 35.....	72
Tabla 36.....	74
Tabla 37.....	75
Tabla 38.....	77
Tabla 39.....	78
Tabla 40.....	80
Tabla 41.....	81
Tabla 42.....	83
Tabla 43.....	84
Tabla 44.....	86
Tabla 45.....	87
Tabla 46.....	89
Tabla 47.....	90
Tabla 49.....	92
Tabla 50.....	93
Tabla 51.....	95

Índice de gráficos y figuras

Figura 1 Modelo simple del proceso de motivación.....	20
Figura 2 Pirámide de Maslow.....	25
Figura 3: El efecto de los factores higiénicos y los motivacionales.....	27
Figura 4: Los factores que producen satisfacción o insatisfacción.....	28
Figura 5: Teoría de McClelland's.....	30
Figura 6: Modelo de las expectativas.....	32
Figura 7 Gráfico de la variable motivación intrínseca.....	45
Figura 8 Gráfico de la dimensión involucramiento.....	48
Figura 9 Gráfico de la dimensión desempeño.....	50
Figura 10 Gráfico de la dimensión identificación.....	52
Figura 11 Gráfico de la dimensión orientación a la meta.....	55
Figura 12.....	56
Figura 13.....	58
Figura 14.....	59
Figura 15.....	61
Figura 16.....	62
Figura 16.....	64
Figura 17.....	65
Figura 18.....	67
Figura 19.....	68
Figura 20.....	70
Figura 21.....	71
Figura 22.....	73
Figura 23.....	74
Figura 24.....	76
Figura 25.....	77
Figura 26.....	79
Figura 27.....	80
Figura 28.....	82
Figura 28.....	83
Figura 29.....	85

Figura 30.....	86
Figura 31.....	81
Figura 32.....	89
Figura 33.....	91
Figura 34.....	92
Figura 35.....	94
Figura 36.....	95

Resumen

El manejo de un restaurante café es un negocio el cual requiere de personal altamente capacitado el servicio que este trabajador va a desempeñar será en base la vocación de servicio el cual no todas las personas lo poseen, si bien es cierto existen sectores los cuales se basan a una mano de obra o estar en una oficina. En este caso el sector de restaurantes es un sector sensible a diferencia de otros en el cual el tema de alimentos, salubridad, servicio son factores primordiales, así mismo. los objetivos que se trazan en ellos juntos con la misión y visión que se tiene por restaurante. En donde los productos deben ser de calidad satisfaciendo las necesidades que el cliente necesite.

Una cadena de cafetería es un lugar en el cual es muy visitado por familias, parejas ya que, es un lugar tranquilo en donde se puede desayunar, tomar un lonche. entre otras cosas que brinda el local, la comodidad que busca la clientela es un lugar que desde el momento de entrar se sientan en confianza que la atención que se les dará será la mejor que puedan ofrecer. Esto aún más porque el distrito de Miraflores es una zona en la cual la gran mayoría es muy exigente con el tema de servicio, ambiente y carta que puedan brindarse. es por ello que gran mayoría del rubro restaurante se basan en estándares los cuales cumplan con dichos requerimientos y para que esto se lleve a cabo el personal es una pieza fundamental.

Entonces para esto se debe tener al equipo de trabajo altamente capacitado y con la debida motivación de querer aprender y destacar en su labor que ejerce. Para ellos la motivación intrínseca debe desarrollarse al máx. ya que es muy importante contar con ella.

Palabras claves:

Motivación intrínseca, trabajadores, desempeño

Abstract

A cafe restaurant is a business that needs qualified personnel and that these personnel have the motivation and vocation for service that is needed so that customers feel comfortable from the moment they enter the cafe so that a good reflection of the quality of a good restaurant is having happy customers from the moment they enter until the moment they leave.

For this, the intrinsic movement is very involved since it depends on this motivation that the workers achieve their objectives and tasks that occurs in a cafe restaurant. For a client to be happy, they must be happy with the food or dessert and the atmosphere that the restaurant has, a restaurant is a place that can go with family, with friends, with a partner among other companies, since it is a quiet place to talk and have a relaxing time with loved ones

Keywords:

Intrinsic motivation, workers, performance

I. INTRODUCCIÓN

Respecto a nuestra realidad problemática las empresas actualmente solo se interesa en el valor monetario que se pueda generar sin preocuparse del trabajador si necesita algo o se sienta bien en su centro laboral sin embargo, también existen las empresas las cuales cuidan mucho de sus colaboradores ya que sabe que para alcanzar una meta de dicha empresa se requiere el trabajo en equipo tanto por los directivos y por los colaboradores, esto hace que sea una tarea conjunta .El clima laboral que se pueda desarrollar en diversas empresas debe ir de la mano de la motivación que se pueda desarrollar en dicho lugar ya que las personas aparte de una remuneración esperan trabajar en un lugar tranquilo.

En España existen personas actualmente laborando, así como también existe un 40% de empleados de diversos lugares de trabajo tienen en mente retirarse del lugar en donde labora. Esto forma parte de un principal problema y por ende un motivo principal que dio como resultado el Barómetro “Motivación de los empleados en Europa 2015” en donde hubo una participación donde incluía a 800 españoles haciendo un total de 13600 trabajadores de diferentes lugares. Según encuesta realizada por Alares (grupo de responsabilidad social corporativa) indicó uno de los aspectos que los encuestados consideran como punto importante es el clima laboral que les rodea.

En el 2016 La Comunidad Laboral Trabajando.com–Universia realizó una encuesta a 2.150 colaboradores para dar a conocer los aspectos laborales que son motivadores para los trabajadores. Entre los resultados se encontró que un 94% prefieren tener un buen ambiente laboral y un salario moderado a tener un mal ambiente laboral y un sueldo bueno. Entonces, ¿qué es lo que motiva a los empleados? según los resultados, lo más alentador para un trabajo es el 26% las oportunidades de desarrollo, 26% ambiente laboral, 18% salario, 13% trabajo desafiante, 10% beneficios y el 7% jefe. Por esa razón que es importante incorporar la motivación intrínseca puesto que esta motivación nace de uno mismo. Por otro lado, las cafeterías empezaron a surgir en 1650, justamente como una opción más sobria a las tabernas, el cual era un buen lugar donde conversar.

En el ámbito internacional se presenta el caso de la cadena de cafés Starbucks el cual se dedica a la venta de cafés, postres entre otros, esto hace que las personas lo prefieran mucho ya que cuentan te hará sentir acogido y relajado para poder deleitarte con un café, también influye mucho en la atención que brindan a cada cliente. Starbucks se encuentra en más de 50 países y cuenta con más de 18000 locales en la actualidad (información obtenida de su página web de Starbucks). El buen clima laboral y la motivación intrínseca se ve reflejada en su éxito que va consiguiendo a nivel internacional. Al personal se le brinda una flexibilidad en cuanto a los horarios como hacer turnos part time.

La empresa ejerce una filosofía en donde lo principal es crear una extraordinaria experiencia en sus clientes a su vez, el grupo de sus colaboradores entienden que trabajan en su empresa muy por el contrario son parte de ella Schulz (dueño de Starbucks) dijo el equipo que labora en Starbucks es escuchado así mismo deben ser tratados de manera en la cual tenga un alto grado de responsabilidad también, merecen que les brinde todo el respeto y dignidad que se debe.

Además, para motivar a sus colaboradores la empresa realiza diversas actividades como el empleado del mes, el cumpleaños del mes, entre otras, también, brindan la posibilidad de ejercer un desarrollo profesional dentro de su centro de trabajo.

En el ámbito nacional nuestro país está en el tercer lugar en tener una continua rotación de trabajadores en América Latina, esto como resultado un 18% superando frente al promedio. Por ello el mercado laboral refleja una serie de razones por las que un trabajador decide dejar su centro de trabajo, especialmente en empleados jóvenes (InfoCapitalHumano, 2017).

Se presenta el caso de la cadena de restaurantes pollería Pardos Chicken, que cuenta con alrededor de 30 restaurantes en todo el Perú y se dedica a la venta de pollo a la brasa, bebidas nacionales entre otros. En el año 2017 la cadena ingresó al top 15 de la categoría de empresas del ranking del Great Place to Work (consultora internacional que premia a las empresas que destacan en su clima laboral y cultura organizacional). Su filosofía está basada en la felicidad de sus clientes internos, así como también lo de sus clientes externos.

Por ello motivan a su personal y también a la familia de los mismos con actividades de recreación y de integración.

Asimismo, se cuenta con una política de capacitación definida y establecida, esto para la mejora del día a día en el servicio que se ofrece y el producto que se brinda al público, del mismo modo el encargado de tienda realiza reuniones para que su personal sea escuchado dar sus opiniones, dichas reuniones también son usadas para indicar las fallas y hacerles ver una manera en la cual pueda ser cambiada dicha falla para una mejora en equipo , también se comunica las mejoras que se tuvo como equipo(información obtenida desde la página de Pardo's Chiken). Por otra parte, el restaurante brinda como una de sus políticas la posibilidad de poder hacer una línea de carrera, la importancia de una buena motivación intrínseca es fundamental por lo mismo que los empleados de una entidad empresarial puedan ejercer su trabajo de una manera armónica brindando un servicio de excelencia y a su vez vean que su centro de labor no sea por un fin monetario sino más bien por un fin común en donde se refleje una adecuada vocación de servicio.

Las entidades empresariales últimamente brindan prioridad a la motivación intrínseca así pues según Thomas (2005) indica que “Le están dando importancia en los últimos años a la motivación intrínseca, ya que están apareciendo ciertos cambios producidos por el mismo entorno de nuestra comunidad así mismo este cambio también se dirige en la manera en que una persona empezara o ya cuenta con una gestión de un negocio.

Por lo tanto, se profundizará el tema en base a la pregunta general ¿Cuál es el nivel de la motivación intrínseca en los trabajadores de una cadena de cafeterías en Miraflores,2020? A su vez, se plantea los problemas específicos como ¿Cuál es el nivel de involucramiento de los trabajadores de una cadena de cafeterías en Miraflores,2020?,¿Cuál es el nivel de desempeño de los trabajadores de una cadena de cafeterías en Miraflores,2020? seguido de ¿Cuál es el nivel de identificación los trabajadores de una cadena de cafeterías en Miraflores,2020? y finalizando con ¿Cuál es el nivel de orientación a la meta de los trabajadores de una cadena de cafeterías en Miraflores, 2020?

En base a la justificación nuestro trabajo de investigación tuvo por objetivo poder analizar la motivación intrínseca en los trabajadores de una cadena de cafeterías, dicha cafetería está ubicada en el distrito de Miraflores, es un lugar concurrido por turistas a su vez cuenta con clientes fidelizados a causa de la buena atención en cuanto al servicio y calidad de productos que se ofrece. Por otra parte, dicha empresa presenta ciertos problemas como la falta de motivación, la falta de compromiso de algunos colaboradores hacia el objetivo de dicha cafetería, falta de interés por realizar sus tareas diarias.

Los trabajadores de una cadena de cafeterías en Miraflores es importante ya que se presta para brindar un buen servicio de atención y calidad a su vez es un lugar agradable para tener un momento en familia o con amistades, esta cafetería tiene más de 6 años en el mercado, por lo tanto, es necesario conocer la motivación intrínseca que se efectúa en aquel lugar, es así como este trabajo de investigación podrá determinar el nivel de la motivación intrínseca para que de esa manera el equipo de trabajo mejore su desempeño laboral.

En este trabajo se toma como base la definición de la teoría de motivación intrínseca laboral de (Thomas, 2005) y es una investigación detallada sobre los aspectos de la conducta en donde relaciona involucramiento, desempeño, identificación y orientación a la meta con el trabajo.

Finalmente, esta investigación busca analizar la motivación intrínseca en los trabajadores de una cadena de cafeterías en Miraflores, esta cafetería es muy conocida por la calidad de sus productos, por ello consideramos que es muy importante realizar la respectiva investigación de dicha motivación.

Por lo todo lo expuesto anteriormente, la investigación busca, Determinar el nivel de la motivación intrínseca en los trabajadores de una cadena de cafeterías en Miraflores- 2020, con respecto a los objetivos específicos busca Identificar el nivel de involucramiento en los trabajadores de una cadena de cafeterías en Miraflores-2020,seguido de, determinar el nivel de desempeño en los trabajadores de una cadena de cafeterías en Miraflores 2020 Determinar el nivel de identificación en los

trabajadores de una cadena de cafeterías en Miraflores-2020.finalizando con, determinar el nivel de orientación de metas en los trabajadores de una cadena de cafeterías en Miraflores-2020.

II. MARCO TEORICO

En base a los antecedentes sobre mi tema de investigación abordó diversas ópticas entre ellas se encuentra Villarreal (2016). Cuya investigación “El clima laboral y la motivación intrínseca de la coop. CIA LTDA” el cual tiene el inconveniente de saber cuál es la influencia de la motivación intrínseca hacia el clima laboral de la Cooperativa y como objetivo analizar y ver la influencia de dicha motivación que se genera al clima laboral de estos trabajadores de dicha cooperativa. Su estudio es cualitativo y cuantitativo, así mismo su instrumento metodológico se basó en encuesta y entrevista, se realizó una muestra la cual incluía personal del área operativa y administrativa siendo así un total de 11 trabajadores. Se obtuvo como conclusión principal que no se manejaba las políticas adecuadas ni los procesos de la motivación intrínseca entre sus colaboradores y también que no tienen estrategias ni guía para un desarrollo de la motivación intrínseca entre empleados. Una de las limitaciones de este trabajo es con respecto al alcance de la misma, ya que Villarreal se enfoca en un clima laboral y motivación intrínseca de una coop. mientras mi trabajo es sobre la motivación intrínseca en trabajadores de una cadena de cafetería así mismo esta publicación usa un enfoque cualitativo y cuantitativo mientras mi trabajo es solo cuantitativo el cual lo hace más específico. Por ello es que mi trabajo tiene un enfoque más amplio que Villarreal.

Pino y Domínguez (2014). En su investigación “Motivación intrínseca y extrínseca: un análisis hacia los adolescentes gallegos” tuvo como objetivo saber mediante las opiniones que daban los alumnos del área de secundaria cual era el nivel de ambas motivaciones que se daba en los jóvenes gallegos, se realizó un estudio de tipo cuantitativo descriptivo, se usó como instrumento el cuestionario, esto se llevó a cabo con una muestra de los alumnos nivel secundario , entre ellos alumnos de 12 y 16 años en total 500 jóvenes así mismo, teniendo como conclusión principal que la motivación intrínseca es un factor que debemos de tomar como prioridad en aspecto personal en los adolescentes a su vez tener una meta centrada en cuanto al aprendizaje de estrategia para poder afrontar el mayor éxito las metas educativas y sociales. Al respecto, podemos ver que el presente no se enfoca en el tema de motivación intrínseca sí no que también en la extrínseca que es parte de la motivación, esto hace un reflejo de un tema muy general. Así mismo la motivación intrínseca se encuentra en la manera de llegar a los adolescentes mientras que mi

trabajo está enfocado en solo una motivación que es la intrínseca en donde se quiere llegar a la motivación de trabajadores de una manera más interna.

Solf (2016), en su investigación titulada “La personalidad y orientación a la meta de Tesón con respecto a la motivación intrínseca laboral”. Tuvo como objetivo principal reemplazar la propuesta de Hackman y Oldham que consiste en el crecimiento de la motivación. Se realizó un muestreo no probabilístico intencionado, esta investigación toma como muestra a 228 trabajadores a su vez incluía personal que pertenecía a 60 cargos diferentes que existe en la organización. Como resultado final se observó que existe una afinidad de manera positiva de la motivación intrínseca a su vez, existe una concentración en cuanto al aprendizaje, también la orientación a de la meta y Tesón, a su vez la relación que tiene esta orientación con las variables de personalidad. Como limitación de este trabajo es con respecto a la personalidad en relación a la orientación a la meta que Solf plantea en este artículo, en cuanto a nuestro enfoque es cómo podemos llegar a las personas de manera indirecta a motivarlos intrínsecamente seguido a esto Solf cuenta con un artículo en el cual hace ver que la personalidad tiene relación a la orientación de meta, en mi trabajo se desarrolla como por voluntad de un trabajador se puede llegar a obtener grandes resultados.

García, Barbero, Ávila y García (2003). En su trabajo titulado “La motivación en el trabajo que los jóvenes encuentran al buscar su primer labor”. Tuvo como objetivo analizar aspectos que motivan a los jóvenes, que tienen por primera vez un empleo. Se aplicó un estudio descriptivo para ello se llevó a cabo una muestra la cual estuvo constituida por 500 alumnos de la Formación Ocupacional de Cádiz con los cuales se trabajó con el instrumento cuestionario. Como conclusión es que los aspectos extrínsecos del trabajo son los que tienen una mayor preferencia al grado de motivar a los colaboradores que tienen por primera vez un trabajo seguido de, la influencia la satisfacción laboral y las relaciones sociales al acceder a su primer empleo a través los programas de empleo y formación. Se puede ver que García, Barbero, Ávila y García están enfocándose en cuanto motivo puede tener un primer trabajo, muy por el contrario del nuestro que refleja como un trabajador gracias a su voluntad de apoyo puede llegar lejos. Esto como conclusión refleja que el artículo es muy general.

Díaz, Morales y Díaz (2014). En su trabajo "Motivación laboral en las empresas formales y a sus trabajadores de Bogotá". Su objetivo era saber ver si había diferencias en los empleados con respecto al tipo de contrato, sexo y edad. Para la investigación el trabajo fue no experimental en cuanto al diseño y en cuanto al instrumento utilizado fue la encuesta para la recolección de información con una muestra de 85 trabajadores. Se concluye que los colaboradores que trabajan en entidades laborales las cuales son formales de Bogotá D.C no tienen una motivación predominante a su vez, se evidenció hay trabajadores que se adecuan más rápido a las variaciones que la empresa pueda tener. Concluyendo así que existe un 100% de motivación que se pudo hallar en el personal. Al respecto con este artículo busca ver la diferencia de una motivación por edades y sexo en cuanto a mi trabajo está relacionado con los colaboradores en general de una cafetería por ende el artículo es mucho más detallado por otro lado se refleja en mi trabajo una búsqueda más detallada por obtener mejores resultados.

Gamboa, García, Ripoll y Peiró (2007). En su artículo titulado "La satisfacción laboral respecto la empleabilidad y la anticipación del personal", el objetivo fue analizar el papel del trabajo y la anticipación que se tiene en cuanto al personal sobre la satisfacción laboral, aclarando si las consecuencias que se da son de manera acumulativa o interactiva, a su vez busca analizar de manera en donde separa la satisfacción laboral extrínseca y social de la motivación laboral intrínseca. Por otra parte, se observó que tenía un enfoque mixto como también se trabajó con un diseño de manera no experimental, con un estudio descriptivo realizando una muestra a diferentes trabajadores jóvenes haciendo un total de 1319. Como conclusión se dio que para obtener trabajos que tengan mayor calidad se debe hacer una inclusión a los desarrollos a tener una propia iniciativa de trabajos en los colaboradores del lugar. En este caso una de las limitaciones de este trabajo es que ver las consecuencias que se obtiene de la satisfacción laboral mientras que en mi trabajo se refleja cómo sacar provecho de una motivación que proviene de uno mismo esto hace que el artículo de Gamboa, García, Ripoll y Peiró sea de manera no tan precisa por otro lado este artículo es de enfoque mixto mientras que este trabajo es de manera cuantitativa.

Pérez, Cedillo y Calle (2019) en su artículo de revista “Grado de satisfacción en la prestación de servicio de restauración en los puertos de El Oro”. Se realizó la investigación con la finalidad de analizar el nivel con relación a los clientes si estaban satisfechos o no con la calidad ofrecida en el ámbito del servicio de alimentos en los puertos de El Oro. Se aplicó el método cuantitativo también deductivo a su vez, se tomó como muestra poblacional a 380 personas Tuvo como conclusión principal que a pesar que se obtuvo resultados positivos en el servicio, los establecimientos de comida, deberían tener enfoque aún mayor en sus trabajadores, motivarlos de manera intrínseca para llegar todos a un fin común. Con respecto al artículo de Pérez, Cedillo y Calle, podemos ver que el presente no se enfoca en el tema de motivación intrínseca como este trabajo por otra parte la manera de analizar es muy general esto no permite un estudio a detalle sobre la motivación intrínseca.

Cruz, Pérez y Cantero (2014). En su artículo titulado “Influencia con relación a la motivación intrínseca y extrínseca al momento que se transmite discernimiento en las organizaciones”. Por otro lado, se analizó la importancia de la motivación intrínseca y extrínseca que transmite conocimientos en los trabajadores. Este artículo es de enfoque cuantitativo así mismo, se usó la encuesta como instrumento y como muestra reunió a los trabajadores del área asistencial de Asprona con un total de. colaboradores Como conclusión principal se reflejó que había trabajadores que tenían la motivación intrínseca presente por ello podían transmitir el conocimiento de una manera más rápida, también, la motivación extrínseca en los colaboradores es un factor que estimula al momento de transmitir conocimiento entre los participantes. En presente artículo reflejo que no enfatiza mucho la motivación intrínseca el cual es el tema principal esto refleja un trabajo general, también se observa que se usa el mismo instrumento que mi trabajo.

En cuanto a los antecedentes nacionales tenemos a Sánchez (2018). En la investigación titulada “Motivación intrínseca y extrínseca como poder en el nivel de permanecía de los trabajadores de pizzas y pastas de Miraflores”. Como problema principal es saber cuál era la influencia de las dos motivaciones para el área de servicio para los restaurantes de pastas y pizzas en Miraflores. Tuvo como objetivo ver que tanto influía la motivación intrínseca y extrínseca de los colaboradores a raíz del nivel de estabilidad en el servicio para dichos restaurantes ubicados en Miraflores. El muestreo probabilístico fue lo que se usó, con una muestra de 139 trabajadores de restaurantes de Miraflores, como conclusión fue que la existencia de una influencia relevante de ambas motivaciones frente a los colaboradores quienes tenían decidido quedarse para el sector del servicio. Una de las limitaciones de este artículo de Sánchez es que se enfoca en dos motivación intrínseca y extrínseca lo cual refleja un tema general en este caso mi trabajo es más preciso con información solo de una motivación a detalle.

Mandujano (2016) en su investigación “Motivación intrínseca aplicado en los alumnos del nivel secundario de Tarma” tiene como problema principal saber si existían ciertas diferencias de la motivación intrínseca en el alumnado tanto femenino como masculino del 3er año del nivel secundario y como objetivo fue definir si había alguna desigualdad en los estudiantes del nivel de Tarma. Este trabajo tuvo un diseño no probabilístico, realizándose una muestra a los del tercer grado de secundaria entre jóvenes de ambos sexos siendo un total de 420 estudiantes. como conclusión fue que las mujeres que con un 56% tienen mayor motivación intrínseca con respecto a los varones con un 41. Este artículo no enfatiza la motivación intrínseca como punto importante sino más bien, enfatiza los problemas respecto al sexo de cada adolescente como conclusión induce que la mujer demuestra más motivación intrínseca cuando es a motivación que nace de uno mismo.

Chavarria,S. (2018), en su investigación: “La motivación intrínseca en alumnos de secundaria del colegio público Señor de los Milagros” tuvo como problema general fue que quería saberse cuál era la relación que tenía esta motivación respecto a las afinidades intrapersonales de alumnos del colegio Señor de los Milagros y tuvo el objetivo de poder decretar la posibilidad de alguna relación entre las relaciones intrapersonales con la motivación intrínseca del alumnado de 3er grado de secundaria así mismo, este trabajo tuvo un diseño tuvo un enfoque cuantitativo descriptivo con una muestra de 147 alumnos los cuales eran del colegio Señor de los Milagros. Finalmente se tuvo como conclusión que un 45.2% de los alumnos del nivel secundarios de dicho colegio tienen presente una alta comunicación, así como también, un 87.1% tiene presencia de la motivación intrínseca. Una de las limitaciones de este trabajo es que se enfoca la motivación intrínseca en afinidades intrapersonales y no utilizarla como medio de impulso hacia otras metas.

Por último, tenemos a Espinoza y Torres (2017) con su investigación “el rendimiento académico en comunicación y la motivación intrínseca y extrínseca de los estudiantes de 5to grado de Chancay” el cual tuvo la finalidad saber cuál era la relación entre ambas motivaciones en los jóvenes del distrito de Chancay así mismo saber determinar la relación entre ambas variables para el área de comunicación para 5to grado de Chancay, esta investigación fue no experimental , correlacional tomando así como muestra al alumnado de quinto y sexto grado de primaria en total fueron 115 niños. Finalmente se concluyó que la relación de ambos factores tanto como las dos motivaciones con respecto a la comunicación eran óptimas. Una de las limitaciones presentes en este artículo de Espinoza y Torres realizo un artículo correlacional, mi trabajo es mas a detalle con mi instrumento de cuestionario para obtener más precisión y de esa manera encontrar los resultados necesarios.

Se presentan diversos conceptos, a su vez existe un respaldo de teorías importantes sobre temas que serán explicados a continuación, también se presentará estudios relacionados al tema de esta manera se dará a conocer con mayor entendimiento.

El concepto de Clima organizacional suele ser confundido por el concepto de Cultura organizacional ya que sus conceptos suelen ser similares mas no iguales por ello es que, Cardona, Zambrano.(2014).Lo definen como que el clima organizacional se puede tomar con la definición en base a la percepción que un empleado o trabajador pueda tener , a su vez teniendo en cuenta que este trabajador tiene necesidades las cuales pueden ser de carácter social , siendo de esta manera, tiene que ser satisfecha para que así este trabajador tenga la sensación de poder deleitarse al momento que este efectúa su labor y también al momento de que este finalice dicha labor. Por otra parte, podemos inferir que existe un reflejo de una serie de valores, así como de normas en este mismo circulo de sistema dándose de una manera formal.

Concluimos que la principal diferencia del clima organizacional se halla en la permanencia en el tiempo, esto quiere decir que es cambiante y se da naturalmente dentro de una organización.

Por otro lado, tenemos a Bergamini (citado en Alves, Campos y Magalhaes 2015, pág.318) "Clima Organizacional no es más que indicador que puede reflejar un nivel en donde se sienta una persona de dos maneras puede ser satisfecha o insatisfecha es una experiencia que se da en los empleados de una entidad empresarial", por ende, en este enfoque se entienden que los factores de satisfacción son aquellos que demuestran que el sentimiento positivo en un empleador con relación al trabajo.

Así mismo Chiavenato (2004) indica que podemos inferir que la definición por clima organizacional es un cuadro mucho más amplio ante la influencia desde el punto de la motivación, por ende, es una calidad de ambiente que se pueda ofrecer en un lugar de trabajo en donde los trabajadores van influenciados mediante su propia conducta. Concluimos que este factor es un ambiente en el cual un trabajador se debe sentir óptimo para que este pueda desarrollarse de una manera óptima de manera que este pueda ejercer su labor en un ambiente en donde esté bien relacionado con su centro de trabajo.

Por otra parte, tenemos una postura en donde define clima organizacional como una apreciación en relación a las personas que lo perciban o se encuentren dentro de un centro de trabajo, en donde al presentarse alguna situación laboral este se pueda desenvolver, participar, así como también llegar a la satisfacción o dicho por Studs Tirkel de “salubridad”. (Loaiza, Salazar, Espinoza y Lozano,2019, p.10-11)

Otros autores la definen que el Clima organizacional está formado por una captación de forma compartida entre los individuos sobre cómo experimentan su entorno de trabajo, en función de las prácticas, políticas, procedimientos y rutinas organizacionales. Bowen y Ostroff (2004 como se citó en Iwai, Nakata y Teixeira 2019).

En síntesis, el clima organizacional se comprende por las relaciones personales tanto como laborales desarrolladas en un centro de trabajo, según la empresa donde se labore se puede evaluar el desempeño, la calidad de servicio, es caracterizado por una percepción compartida entre trabajadores, dueños o encargados de una empresa.

Tabla 1.
Resumen de conceptos de Cultura Organizacional

AUTOR	CONCEPTO
Cubillos, Velásquez y Reyes (2014)	el clima organizacional es definido como lo que un trabajador puede observar y sentir en su empresa así mismo debe sentir que está satisfecho y feliz de ejercer su labor en dicho lugar
Bergamini (1997 como se citó en Alves; Campos y Magalhaes 2015)	Clima Organizacional no es más que indicador de nivel de satisfacción (o insatisfacción) experimentado por empleados en el trabajo
Chiavenato (2005)	el clima organizacional es la condición en donde se experimenta mediante los trabajadores si se siente a gusto en el lugar que lo rodea, esto se ve reflejado en su conducta
Bowen y Ostroff (2004 como se citó en Iwai, Nakata y Teixeira 2019)	Está formado por percepciones compartidas entre las personas sobre cómo experimentan su entorno de trabajo

Loaiza, Salazar, Espinoza y Lozano (2019) el clima organizacional se percibe de manera individual con respecto a una situación laboral en donde el trabajador se pueda desempeñar de una manera optima

Fuente: Elaboración Propia

Existen diversos puntos de enfoque sobre el aprendizaje autónomo por ejemplos según Argüelles y García (2010) “Es un proceso el cual permite a la persona que sea el propio autor de su desarrollo eligiendo rutas, estrategias”. Por esto se puede deducir que este proceso ayuda a un desarrollo de capacidad, así como también momentos en donde la persona considere que debe poner en práctica.

Se intuye que el aprendizaje autónomo tiene como objetivo que el individuo desarrolle su equilibrio experimentado a su realidad .por su parte (Jacobs y Farrell,2010) lo complementa con que el aprendizaje autónomo es “involves gaining an awareness for learning for example the strategies that are given in learning”, aquí podemos entender la importancia que es desarrollar el aprendizaje porque esto permite que las debilidades que tenemos podamos trabajarlas y también utilizar nuestra fortalezapara así poder crear ideas y de esa manera visualizar el éxito de objetivos trazados.

Otra postura como Crispín (2011). nos comenta que el aprendizaje autónomo es un proceso por el cual un estudiante se autorregula en función a la toma de conciencia y de su propio aprendizaje así mismo es quien es consciente de sus propios procesos cognitivos tan igual que de los socioafectivos Entonces podemos comprender que el aprendizaje autónomo infiere la capacidad para aprender por cuenta propia, sin necesidad de pedir ayuda a alguien más, es un estudio independiente.

En conclusión, el aprendizaje autónomo es un desarrollo en donde cada individuo puede desarrollar su equilibrio también tiene que depender de la realidad de cada individuo. Por otra parte, la persona es quien busca sus problemas por consecuencia se origina ideas en donde se permita el logro a partir de sus objetivos.

Sobre la Teoría del servicio varios enfoques por ejemplo (Blanco,2010) expresa que es un conjunto de estrategias las cuales son de una sociedad la cual está diseñada para poder satisfacer las expectativas, así como también de las necesidades de los consumidores. en esta cita podemos inferir que el autor está dando importancia a la satisfacción que genera a sus clientes, esto quiere decir que el servicio puede convertirse en una estrategia para los negocios de esa manera aprovechar al máximo esa ventaja para que de esa manera la empresa genere un mayor ingreso gracias a los comensales ya que son ellos quien se sentirán satisfechos con un servicio el cual como efecto será el mayor crecimiento monetario para beneficio de una entidad laboral.

Según (Rosales,2010, s.n) plantea que el brindar un buen servicio a los clientes externos cuenta como una poderosa publicidad ya que al realizar un buen servicio superando las expectativas de estos clientes indirectamente se convierte en un aliado poderoso más que unas simples promociones o descuentos que una empresa pueda tener. Apreciamos que este autor está en la misma línea discursiva que (Blanco,2010), ambos autores están planteando que la teoría del servicio enfocado hacia los clientes tiene mayores beneficios por la parte económica y de esta manera ayuda a posibilitar la eficacia u eficiencia desde las diversas iniciativas que se plantea en este tema.

Según nuestro entender, la teoría del servicio no es solo enfocarse en lo económico ya que el principal componente es tener vocación de servicio, sobre esta línea de trabajo tenemos a (Vera y Collins,2018), nos dice que la calidad de poder ofrecer una excelencia en el servicio es importante en una entidad laboral porque busca satisfacer necesidades de los clientes, y de esa manera llegar a la etapa de fidelización creando una lealtad de clientes”, esto quiere decir que si se ofrece un buen servicio hacia los clientes como resultado se obtendrá clientes felices y a su

vez se entiende el valor que le damos al servicio es una manera de impulsar la lealtad del cliente.

Finalmente, en un enfoque crítico, se analizará el término de Teoría de Servicio. Por ejemplo (Chatura,2015). the quality of a service can become a main focus. a marketing institute identified this point as the main theme (p.3). apreciamos que el autor identifica como prioridad el tema sobre calidad de servicio el cual impacta en este tema.

Con respecto al Perfil del trabajador del siglo XXI diversos autores dan a conocer sus teorías con diversos planteamientos en los cuales indica que el empleador del siglo XXI es un empleado innovador y ético, así mismo (Guitierrez,2015 p. s.n) define que, “Las capacidades se vuelven fundamentales en el siglo XXI, lo que uno hace con su conocimiento crea formatos determinarán su empleabilidad”. En conclusión, los colaboradores elaboran formatos los cuales tienen la capacidad de innovar con el propio conocimiento que ellos mismos poseen.

Por su parte la universidad La Concordia indica que si un joven o persona es un estudiante o talvez tenga un trabajo que ejerce en pleno siglo XXI o también a las personas quienes realizan ambas labores deben tener en cuenta que deben entrar a un mundo virtual en donde el principal factor es la tecnología de acuerdo a esto, la exigencia que se tiene en el mercado actual es muy grande, así como la existencia de realizar nuevas habilidades en el ámbito laboral.

Entonces los trabajadores del siglo XXI lo primero que van a desarrollar en su círculo laboral será el uso de la tecnología porque la propia demanda exige que se debe de saber y estar actualizado con el mismo.

El grupo de los Knowmad son quienes darán una orientación hacia el futuro al futuro Según Moravec "Examines the social implicititos for developing human capital for the 21st century. We are at a built on leveraging our imagination and innovation" (2013, p.20). Con esto podemos concluir que el siglo XXI está hecho para personas joviales, así como también a gente que pueda desarrollar su capacidad de trabajo basados en la capacidad de la imaginación y poder ser más original a base de las

novedades que se pueda ofrecer.

Según (Marcos y Martín) “En una empresa actual el trabajador del siglo XXI enfrenta a proyectos globalizados, y se relaciona con personas de otros lugares” (2016, p.181). podemos apreciar que el trabajador del siglo XXI desarrolla el sentido intelectual sumado a ello las destrezas que tiene un perfil de dicho profesional en la actualidad.

Sobre la motivación existen distintas posturas por ejemplo según (Huilcapi; Castro y Jácomeo,2017) nos dice “Satisfacer una necesidad crea ciertos impulsos el cual sea de necesidad ya que, se necesitará poner en corriente dicho acción que se desea realizar. se aprecia que la motivación es una fuerza adquirida por la persona y posee para de esta manera ella pueda satisfacer una necesidad, de manera que estando una persona motivada puede llegar a realizar tareas las cuales llevan voluntad en sí misma.

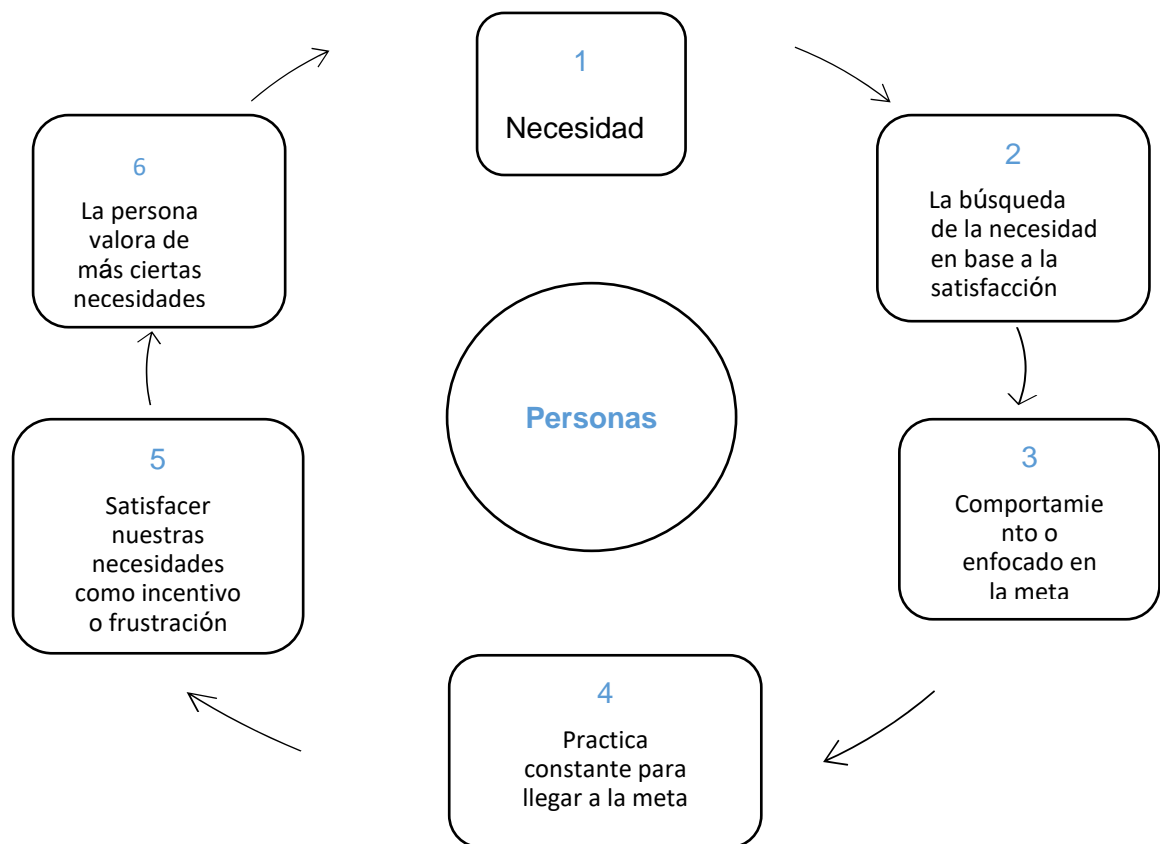
Por su parte (Parvesh,2015). Nos señala “The word motivation has been derived from the latín word, movere. Motivation is defined as the process that initiates” (p.22). Como conclusión la palabra motivación es utilizada frecuentemente para realizar alguna acción también se puede decir que ayuda a explicar el porqué de los motivos que una persona realice algo.

Sobre este mismo punto González (2008 como se citó en Sum 2015) afirma que es un desarrollo que efectúa cada persona y lo hace de una manera interna en la cual se ve reflejada la complicidad que tiene con el mundo que la rodea y también hacia otros individuos sé intuye que la motivación es reglada por una actividad que proviene de la persona a través de una serie de conductas. Así mismo Vaca (2017) define “la motivación es una orientación las cual te induce a realizar acciones que lleva a los individuos de trazar sus metas” (p. s.n). Los dos conceptos plantean que la motivación es una realización que para el individuo significa porque todo conlleva a un fin que está vinculado con la conducta del mismo.

Según (Chiavenato,2010, p.236) motivación es una sucesión que se da de manera psicológica que también va de la mano con la percepción para llegar a un fin determinado puede ser hacia unas actitudes en la que se desea llevar a cabo o un aprendizaje esto indica que debemos comprender la conducta de la persona para que se sepa interactuar con el entorno del mismo, así pues, la motivación es una parte fundamental para que la persona decida por voluntad propia realizar algo.

Para finalizar podemos concluir con que la motivación es una necesidad la cual se va creando hacia un fin determinado, también podemos inferir que esta es la respuesta de las actividades de los individuos a su vez, la motivación está relacionado con la voluntad y es un comportamiento los cuales incitan hacia una acción dirigida por el propio organismo cuando existen metas y así poder ser concluidas.

Figura 1
Modelo simple del proceso de motivación



Fuente: (Chiavenato,2010) elaboración: propia

Para hablar sobre la motivación laboral podemos empezar diciendo que se inició en 1700, en Europa, en donde existían talleres los cuales empezaron a transformarse en industrias, donde centenares de personas hacían una producción de máquinas.

Al momento de tocar el tema sobre motivación laboral existen varias teorías en donde encontramos distintas definiciones esto es porque depende del punto y situación en la que esta está planteada. Respecto (Marín, Ruiz & Henao,2016) sostienen que la motivación en el ámbito laboral es concepto de estímulo psicológico en donde la persona es impulsada a realizar en su centro de trabajo. Por ello es que la motivación laboral estimula que la persona puede llevar a cabo una acción donde pueda satisfacer dicha necesidad a su vez que la persona se encuentre satisfecha con dicha acción.

Hoppock (citado en Lee, Yang and Li,2017) manifesto job satisfaction as a psychological and physiological aspect of the person's satisfaction in relation to work. Apreciamos que la motivación laboral es un aspecto psicológico que hace que nos lleve a un fin y que este fin sea culminado de manera exitosa de manera que sigamos sintiéndonos motivados laboralmente con nuestro trabajo día a día.

Para Sotelo, Almaguer & Quintero (2016) Entender el comportamiento de los colaboradores de un trabajo, las entidades empresariales usan estrategias donde buscan mejorar la motivación, por ello es que esta definición nos puede ayudar a entender cómo los colaboradores de un trabajo deben trabajar en equipo para el bien de todos.

Por último, tenemos un enfoque crítico, este enfoque nos plantea que las personas deben tener como factor principal la motivación de ellos mismos. Por ejemplo (Sum,2015) define que la motivación laboral es una mezcla de fuerzas tanto internas como externas las cuales nos ayuda a dar lo mejor de uno. Analizamos que el autor a partir de los trabajadores hace un enfoque hacia la motivación para llevar a cabo un resultado positivo junto con desempeño que cada colaborador brinda.

Finalmente optamos por decir que la motivación laboral es un foco el cual nunca debe apagarse en el ámbito laboral puesto que es el principal factor para que una empresa salga adelante a diario a su vez con el equipo de trabajo siempre este en la mira la meta de este.

Sobre nuestro entender, la satisfacción laboral debería enfocarse en varias área de una organización ya que su principal componente es el desempeño en la parte laboral, sobre esta línea de investigación tenemos a De la Cruz ,Epalza y Orozco,(2017,p.s.n) nos dice que el mundo laboral llega a cubrir las necesidades y también favorece la sensación de satisfacción en la vida laboral, o sea, que este tipo de motivación depende de individuos que uno pueda rodearse en dicho ambiente y a su vez cómo estos contribuyen con las percepciones que el individuo tiene.

Para finalizar, Shaju (2017) define que la satisfacción laboral llega a ser un componente el cual se debe considerar al momento de comprender a la motivación del empleador. Concluimos así que la satisfacción laboral cubre la necesidad del desempeño en un centro de trabajo a su vez podemos indicar que para tener una adecuada satisfacción laboral debe de comprender del trabajo en equipo ya que si las personas que rodean a un individuo en su centro de labor no son las adecuadas esta satisfacción no se dará a notar.

En base a la motivación y satisfacción laboral (Vásquez citado en Calle y Gálvez,2017) define los temas de motivación y satisfacción del ámbito laboral están siendo vistos de manera preocupante ya que ambos componentes son fundamentales al momento de abordar el tema de atención así mismo también de la calidad que se pueda brindar. De manera que estos dos factores deben ir de la mano ya que esto permite que las personas tengan una buena actitud a la hora de estar en un trabajo. Según (Marín y Placencia,2017)"activar nuestro estado interno con el agente motivación laboral es un objetivo y la satisfacción laboral deriva de experiencias laborales de un individuo"(p. s, n).

Concluimos que la motivación es fundamental para cualquier individuo en un ambiente laboral, así como tener una satisfacción laboral positiva incrementa mucho al momento de llegar a los objetivos de una entidad empresarial.

Continuando tenemos el punto de vista de (García y Forero,2013) en donde expone que el orden organizacional, así como el de la motivación, ambos elementos son quienes influyen fuertemente en los individuos al momento de realizar una tarea laboral.

Lo cual quiere decir que si una persona está bien motivada en su lugar de trabajo por consecuencia, esta dará lo mejor de sí en dicho centro de trabajo ,esto beneficia al desarrollo de su desempeño al ejercer dicha labor por consecuencia tendrá una satisfacción laboral fortalecida en la motivación de querer desarrollarse en el campo laboral, Desde otro punto se indica que ambos componentes son paralelos, la satisfacción laboral por lo general siempre será vinculada con la motivación"(Aziri,2011).Este enfoque crítico infiere ambos factores son dos elementos que deben ir de la mano para conseguir resultados satisfactorios y crear un ambiente en donde una persona esté contenta en su labor de rutina.

Por otro lado, según Aguirre y Rincón (2017) ellos infieren que tanto la participación que pueda generar un trabajador en su trabajo, así como la satisfacción que se genere en dicho lugar es de suma importancia ya que ayuda al éxito a su vez se debe tomar en cuenta que ambos factores están vinculados, esto quiere decir que este tipo de satisfacción viene de un comportamiento que nace en un ambiente laboral y que la motivación la parte psicológica que induce a un trabajador ejercer su labor. Se concluye así que ambos aspectos son esenciales y básicos para una formación de un centro de trabajo.

Para finalizar, la satisfacción laboral junto con la motivación tiene conceptos similares en diversos autores, en donde se interpreta que el resultado final juntando estos dos factores se obtiene como resultado el logro de metas y un buen ambiente laboral en donde una persona se desempeñe de manera óptima.

La teoría de la motivación es utilizada en varios conceptos ya que es una palabra

que se define en diversos conceptos desde distintos puntos de vista. Según SODEXO “Nos referimos, pues, a una cuestión de interés general y, gracias a esto, muchos son los que han centrado sus investigaciones en esta cuestión, planteando diferentes modelos.” (información sacada de la misma página web).

Según (Maslow, 2012, p.s.n) manifiesta que la teoría de las necesidades está consolidada en personas que desean llevar una vida plena y satisfecha, apreciamos que este autor sigue la misma línea que (McLeod,2013), ambos autores plantean que la teoría de Maslow es la que motiva a los individuos a sentirse con la necesidad de satisfacer dicha necesidad.

La teoría de las necesidades se clasifica en dimensiones de acuerdo a su intensidad de necesidad y como es recibida por el individuo (Chiavenato,2010, p.241) que nos dice:

Maslow reconoció las necesidades de:

- Las vitales: protegerse y alimentarse
- Seguridad: estar libre de riesgos
- Las sociales: amistad
- De estima: relacionadas con la percepción
- Autorrealización: las más elevadas del ser humano.

En conclusión, podemos decir que las necesidades son para satisfacerlas a su vez se deja ser un motivador en cuanto a la conducta, por ende, si dicha necesidad es satisfecha dejará de ser importante por ello es que las personas se esfuerzan en cubrir dicha necesidad.

Figura 2:

Pirámide de Maslow



Fuente: Elaboración propia.

Frederick Herzberg desarrolló la famosa teoría de los dos factores se desarrolló por los años 50's, en ella se enfoca que la satisfacción y la insatisfacción laboral son producto o resultado de una serie de factores. Según Chiavenato (2010) nos dice que Herzberg dedujo que el trabajo que realiza una persona depende de dos factores los cuales están en relación a estos factores, así como el factor motivación. Apreciamos que el investigador enfoca y centra su análisis en una perspectiva de un ámbito ambiental a su vez, los factores higiénicos poseen una capacidad la cual es confinada donde se puede aprovechar en influir en el comportamiento de los empleados.

Para Gutiérrez (2013), como para muchos, la teoría de los dos factores varía de acuerdo al nivel de satisfacción a través de ciertas condiciones específicas que producen esos sentimientos, llegó a la conclusión que existen dos los cuales influyen a los de factor higiene y el factor motivo. Por ello se concluye que estos

dos factores van de la mano para poder obtener resultados positivos a largo plazo.

Sobre la teoría de Herzberg se han escrito diversas perspectivas por ello existe algunas que tienen un enfoque de complementariedad, por ejemplo (Taormina & Gao,2013),indica que la teoría de los dos factores está relacionado con la teoría o mejor dicho con la jerarquía que Maslow maneja pero a cambio Herzberg añadió más factores para poder medirse la satisfacción en el centro laboral (156), apreciamos que el autor dice que Herzberg tiene como base la teoría de Maslow, pero este añadió más factores para poder medir en base a la parte laboral la motivación que las personas pueden generar a través de ella.

Según nuestro entender, esta teoría tiene un enfoque compuesto por dos factores la satisfacción e insatisfacción,sobre esta línea tenemos a (Fauziah ,Kian y Mohamed,2013) que nos dice que el factor motivación intrínseca es quien podrá reflejar en los trabajadores una satisfacción en su trabajo y por otra parte los factores de higiene también son intrínsecos ya que pueden evitar una insatisfacción sea, qué para el factor motivación se necesita que sea de una manera intrínseca que nazca de uno para que esto dé como resultado una satisfacción en el ámbito laboral y a su vez esta se incremente por dicha motivación.

Por otro lado, tenemos el enfoque laboral el cual nos dice que Los factores higiénicos son un requisito indispensable para para una empresa con relación a un empleador esto incluye un sueldo monetario a su vez de estar en óptimas condiciones y relacionarse socialmente para Chiavenato (2010) la mejor manera de evitar el factor insatisfacción es que los motivos deben ser excelentes.

Hay factores de insatisfacción esto incluye

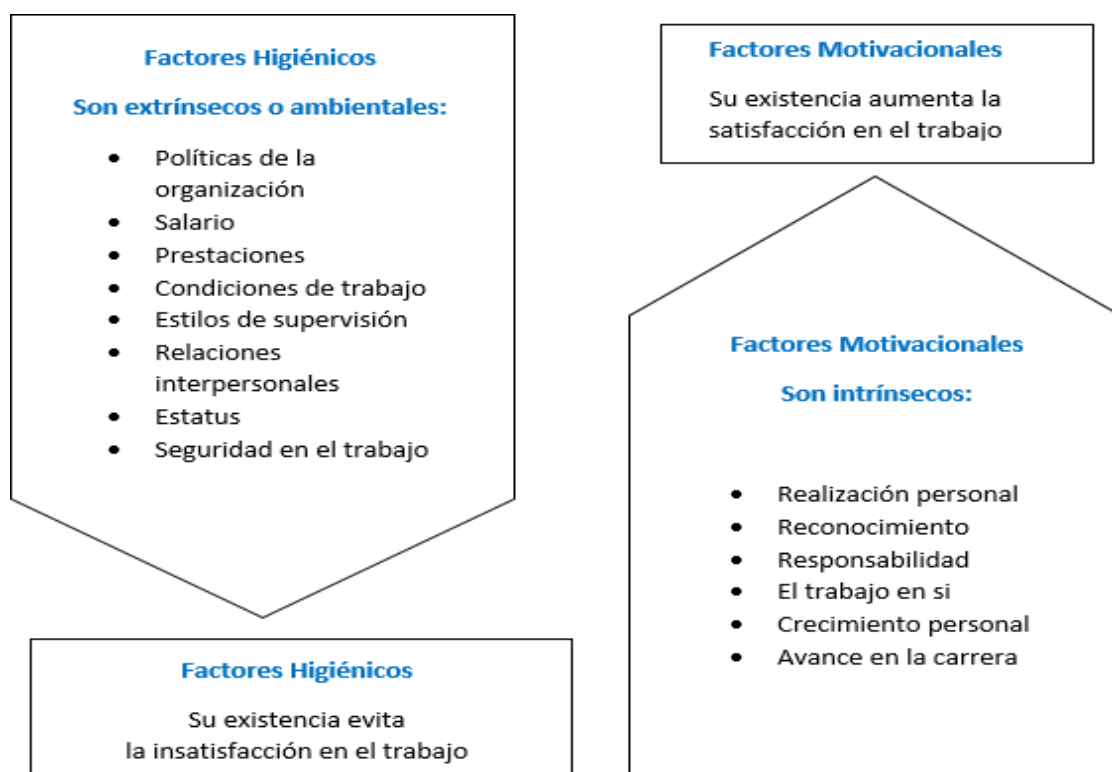
- Paga percibida
- Óptimas condiciones para la comodidad

En cuanto a los factores de motivación hace referencia a las actividades en cuanto al perfil de la persona que se realiza entorno con

- Responsabilidad absoluta por realizar labores
- Tener bien fijadas los objetivos de la empresa
- Realizar un autoexamen de cómo se desempeña en su trabajo.

Concluimos con esta última imagen que la parte opuesta de la insatisfacción no es producto de la satisfacción más por el contrario, es que existe una ausencia de satisfacción. Cada factor por lo expuesto en la imagen tiene su propia dimensión. La teoría de Herzberg es aquella donde las condiciones internas del individuo son conducidas por los sentimientos de realización o satisfacción personal, también se ve relacionada con ciertas necesidades de nivel secundario que evita la insatisfacción de trabajadores.

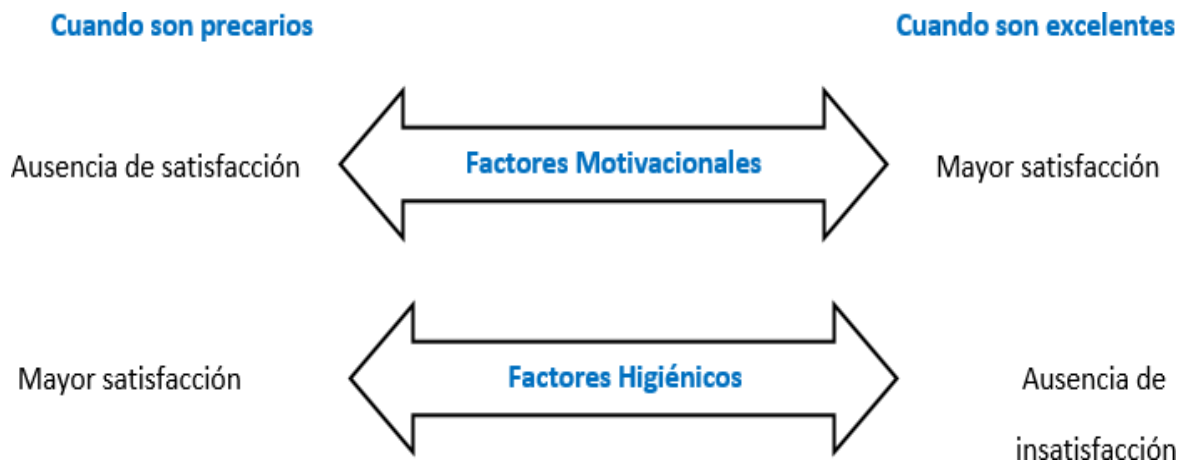
Figura 3:
El efecto de los factores higiénicos y los motivacionales



Fuente: Chiavenato.2010 Elaboración: Propia

Figura 4:

Los factores que producen satisfacción o insatisfacción



Fuente: Chiavenato 2010 Elaboración: Propia

McClelland en el año de 1961 dice que la motivación de una persona puede que se deba la constante búsqueda de poder dominar ciertas necesidades para que se pueda estar satisfecho estas son la afiliación seguido de la necesidad de logro y finalizando con la necesidad de poder.

Sobre la teoría de las necesidades de McClelland varios autores desde distintos puntos de vista le han dado un enfoque laboral ,educativo,psicológico,administrativo entre otros , en este caso abordaremos perspectivas las cuales más se relacionan a nuestro tema con respecto a nuestro enfoque laboral tenemos a Naranjo (citado en Araya y Pedreros,2010) se percibe que McClelland indica que existen tres motivos por los cuales las personas sienten necesidades basadas al logro ,afiliación y poder así mismo, los propios individuos se comportan de una manera en donde se ve afectada la parte del desempeño en muchos lugares de trabajo con relación a las tareas que una persona puede ejercer, apreciamos que esta teoría en el enfoque laboral busca un fin en el trabajo, el cual indica que las tres necesidades son de motivaciones sociales que impactan en las labores de trabajo y las tareas que estos realizan.

Por otro lado, tenemos el enfoque administrativo de McClelland, este enfoque plantea que los directivos no pueden hacer todo por sí mismos y, por la parte ejecutiva no puede resolver ni realizar todas las labores de una empresa, se necesita de apoyo un equipo de trabajo para realizar las tareas que faltan ser ejecutadas así mismo,

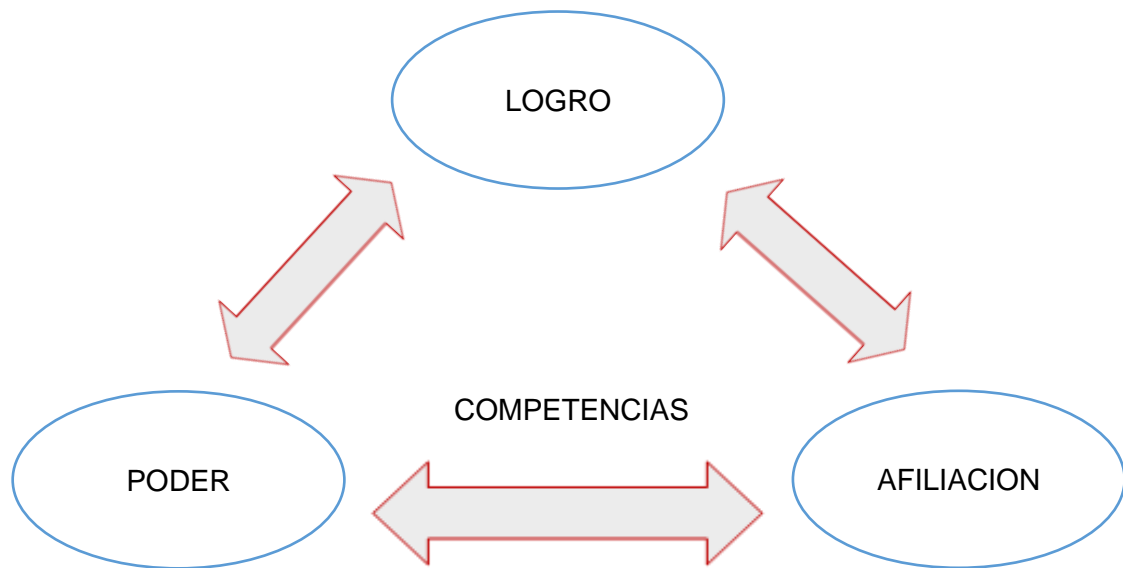
McClelland intuyo esto y se percató que las necesidades de logro no son la respuesta para poder realizar el éxito total. (McClelland, citado en Whelan,2014), por ende, este planteamiento explica la relación entre empleado y gerencia, explica como un encargado de una entidad no puede realizar todo sin tener la ayuda de un empleador.

Así mismo en el ámbito psicológico tenemos a (Guillen Saris,2013, p.68) "McClelland's Based on the theory of necessity, it was concluded that "power" has a high impact in relation to the rewards of the dimensions of power, achievement and affiliation. Apreciamos que el autor indica que el "poder" impacta en las recompensas de cada una de las tres dimensiones por ello es que las empresas deben y tienen que dar importancia a esta palabra ya que es un motivo por el cual las tres necesidades se puedan ejecutar de manera en la que la empresa obtenga resultados de beneficio para sí mismo.

Finalmente apreciamos que esta teoría es muy importante para llevar a cabo objetivos de una empresa la cual este en relación con las tres necesidades que McClelland's detalla en su teoría por consecuencia las entidades empresariales deben saber cómo manejar a su equipo de trabajo el cual ira de la mano con los ejecutivos para llevar a cabo la realización de metas de dicha empresa.

Figura 5:

Teoría de McClelland's



Fuente: *Elaboración propia*

Sobre la teoría de la expectativa se escriben diversas definiciones, desde distintas perspectivas laboral, psicológica, persona. por ejemplo (Risk,2019) nos indica que esta teoría se desarrolló para poder revelar niveles en relación a la motivación de las personas y esta se hace más significativa al momento de desarrollarse en la parte labora. Apreciamos que el autor tiene un enfoque dirigido a la parte laboral el cual indica que las personas optan por varios comportamientos con relación a las labores que puedan ser realizadas por un equipo de trabajo o percibirlas también de manera individual.

Por otra parte, la teoría de expectativas se le conoce también como teoría de la expectación, desde un enfoque de la necesidad de la persona según Chiavenato (2010) indica que esta teoría nos brinda una explicación en donde las personas pueden elegir tener un comportamiento ante diversas opciones que se les interponga en ese momento. Inferimos que las personas son quienes de acuerdo a los resultados que pondrán en consideración la conducta que estos tienen por ello la relación del comportamiento con la teoría puesto que todo depende de la decisión que pueda tomar el individuo con respecto a la situación que este pueda pasar para

poder reaccionar ante los resultados que estos buscan.

Por otra parte, tenemos la postura de otro autor quien indica en como un reconocimiento va de la mano del comportamiento de manera que este autor indica que es importante contar con el esfuerzo de la persona. Esta nos explica que Vroom creo esta teoría empezando por tener como solidez o base a la expectativa para así entrar a un proceso el cual puedas desarrollar en tu ámbito laboral, él nos indica que juntando estos factores nos da como resultados la persistencia y también el esfuerzo en que se pueda desarrollar un caso. (Girado.2019, p.170).

El autor indica que las personas buscan como recompensas un reconocimiento, un salario y se analiza los comportamientos que las personas han elegido.

Finalmente, tenemos un enfoque educativo, la finalidad de este es artículo es sugerir modelos motivacionales apoyándose en la Teoría de las expectativas. Por ejemplo:

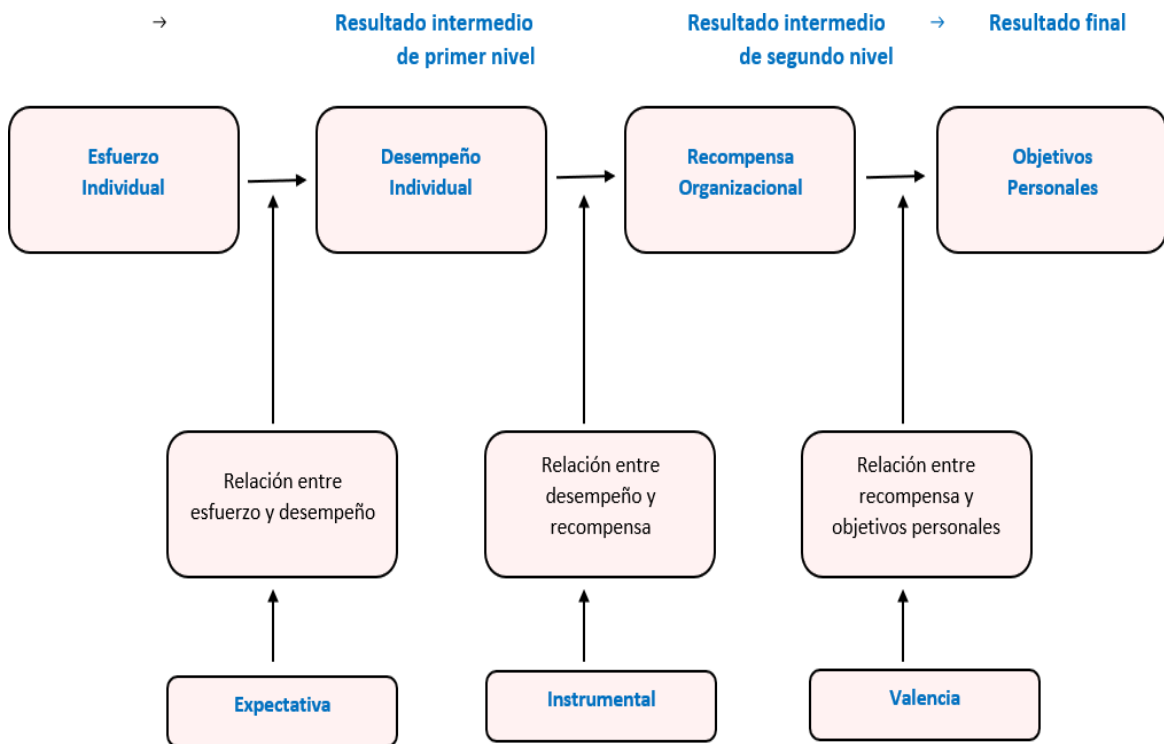
“Motivational modeling for students in the education system using ‘Reward and punishment based on Expectancy theory. In this model, the motivation of each student is evaluated by the reward or punishment given by the teacher based on expected score comparing with previous one. If the student gets higher score, he will get rewarded, otherwise he will be punished”. (Min, Xuan y Kamioka,2019, p.s.n).

Apreciamos que este autor realiza un método el cual está respaldado por la Teoría de las expectativas de Vroom que está enfocado hacia los profesores, a su vez los estudiantes son importantes ya que contribuyen su aporte para que se realice esto de manera exitosa.

Concluimos así que para determinan la motivación de dicha teoría se debe realizar alguna actividad con un fin esperado como los objetivos personales, la relación entre recompensas y expectativas, así mismo esta teoría nos induce a la conclusión de tener un esfuerzo de manera individual con relación al desempeño del mismo logrando así una meta propia.

Figura 6:

Modelo de las expectativas.



Fuente: (Chiavenato, 2010) Elaboración: Propia

En cuanto a la teoría de la equidad proviene del autor Stacy Adams que establece preguntas referentes a la recompensa e intercambio a su vez, se plantean varios enfoques los cuales analizaremos a continuación por ejemplo (Bakhtawar, 2016) nos dice que se considera que la motivación y la satisfacción del trabajo son el resultado de una comparación entre: resultados y las entradas percibidas por un empleado en relación a los resultados “con esto podemos concluir que el autor se refiere que debe existir una equidad como resultado de satisfacción.

Por otro lado, tenemos un enfoque del punto laboral de (Tamayo y Gamero) en donde se considera como una teoría de motivación humana en las organizaciones, la persona percibe la equidad comparando el conjunto de sus aportaciones “esto quiere decir que en el ámbito laboral es el conjunto de un resultado de una organización que proporciona un estatus, una autorrealización que es recibido por la labor realizado.

La teoría de la equidad surge al momento de sentir una satisfacción por parte de las personas al momento de recibir algo para Robbins(2013), “se puede definir como una proporción en la cual una persona brinda un aporte a su centro de labor y a cambio recibe una recompensa”(p.219), apreciamos que el autor indica que una persona realiza una labor a cambio de sentirse satisfecha con una recompensa por realizar dicha labor a esto se une la Administración de la compensación quien propone que la Teoría de la Equidad radica de la teoría de la motivación laboral la cual se ve distinguido en cuanto a la función que una persona pueda desarrollar ya sea ideas relacionadas a los objetivos de obtener recompensas o castigos en base al desempeño o la satisfacción de una persona, ambos autores van en la misma línea entonces podemos concluir que esta teoría es conduce a la motivación que tiene una persona al realizar una labor sabiendo que recibirá una recompensa por ella y eso hace que esta se sienta satisfecha por el trabajo realizado.

Para finalizar, Abdelghafour Al-Madi (2012) definen la teoría de la equidad a partir de los individuos que trabajan para una organización y este a su vez presenta habilidades. concluimos que todas las teorías tienen el enfoque donde la motivación está presente en una remuneración, estatus o alguna recompensa a cambio de realizar lo propuesto.

Sobre la motivación intrínseca han escrito diversas posturas desde innumerables perspectivas, tenemos desde un enfoque laboral, psicológico, personal, educativo entre otros, a continuación, abordaremos 3 perspectivas que más se asemeje a nuestro tema y de esta manera buscar un mejor análisis sobre el informe.

Con el enfoque laboral vemos que la motivación intrínseca es quien e alguna manera satisface ciertas necesidades desde el punto de contenido de trabajo así mismo del trabajo que se ejecuta (Rivera,2014),apreciamos que esta teoría busca un fin laboral, en el cual se proyecta que la motivación se encuentra internamente, ósea tiene que nacer de nosotros mismos para realizar alguna actividad esto trae como beneficio el éxito a su vez esta motivación tiene un mayor énfasis al momento de realizar un trabajo donde implique una serie de servicios.

Por otra parte, tenemos el enfoque personal, esta definición aborda la motivación intrínseca desde las personas a base de sus sentimientos y satisfacción es decir este tipo de recompensas intrínsecos un factor que influye en las recompensas que son básicas (Fernandez,2017), por ende, este enfoque busca explicar la influencia que la motivación intrínseca tiene en las personas para satisfacer sus necesidades

Finalmente tenemos un enfoque psicológico este enfoque busca una razón por el cual la motivación intrínseca es importante por ejemplo para Fischer, Malycha y Schafmann (2019, p.s.n) manifiestan en su artículo de revista sobre la influencia de la motivación intrínseca y también sobre los factores extrínsecos que son sinérgicos cuando se trata de innovación que la motivación intrínseca es característica por una valoración de manera personal y también atractiva. ellos nos dicen que el desempeño creativo es un desempeño que fluye de manera positiva en relación a la motivación intrínseca, se concluye que la motivación intrínseca tiene un enfoque hacia la parte creativa de la persona sumándole lo positivo que esto genera para dicha persona, así mismo esta motivación es una de las llamativas ya que impulsa de manera propia realizar ciertas cosas que la persona desea hacer.

Concluimos así que la motivación intrínseca es un tipo de motivación que depende del mismo individuo si desea realizar algo o no y esta a su vez, no espera algo a cambio y brinda efectos positivos cuando este se desarrolla en un ambiente grupal ya que de esa manera se da un desempeño innovador y creativo.

Dimensiones de la motivación intrínseca

Las dimensiones de la motivación intrínseca están basadas en los resultados que son obtenidos por los trabajadores, dichos resultados se dan por el propio trabajo que estos ejercen, por ello el define estos componentes como: involucramiento, desempeño, identificación, orientación a la meta, libertad de decisión, competencia, sentido, progreso

Involucramiento: Esta dimensión va relacionada y dirigida hacia los trabajadores que laboran dentro de una entidad empresarial en donde se les da la coyuntura para poder llegar a la meta de la empresa.

Desempeño: Esta dimensión se refiere a las actitudes o comportamientos que los trabajadores tienen frente a su labor o al momento de efectuar sus funciones como tal.

Identificación: esta dimensión se refiere a las metas de una empresa y las cuales son comunicadas al personal para que ellos formen parte del equipo hacia la meta y se sientan comprometidos con él.

Orientación a la meta: son las actitudes de rendimiento y comportamiento labores la sensación de éxito que un trabajador pueda tener al momento de desempeñar su labor que eligió.

III. METODOLOGIA

3.1. Tipo y diseño de la investigación

Esta investigación es de enfoque cuantitativo y estuvo orientado a desarrollarse de tipo descriptivo.

Hernández (2014). La investigación descriptiva es la encargada de describir los fenómenos sociales en punto determinado y una etapa temporal. Desde la óptica cognitiva se encarga de describir y está el enfoque estadístico que brindar parámetros

El aporte que brinda la investigación fue de tipo aplicada porque a partir los resultados analizados como resultado obtendremos conclusiones las cuales brindaran los aportes. Ferrer (2010).

Mi diseño fue no experimental porque tuvo un desarrollo en cual no se manipuló o intervino en las variables independientes por parte del investigador sobre los fenómenos que ya han ocurrido (Hernández, 2014).

El diseño de mi investigación fue de tipo descriptivo porque se observó la conducta de los trabajadores de la cafetería sin influir en ella su vez, es transversal ya que como finalidad tuvo poder dar una descripción de variables a su vez se analizó la incidencia, así como la interrelación de un momento propicio (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

3.2. Variables y operacionalización

Variable de análisis: motivación intrínseca. El individuo se moviliza según las consecuencias que esta espera producir o generar (Thomas, 2005).

Dimensión de análisis: involucramiento, desempeño, identificación, orientación a la meta.

Indicadores de análisis: Involucramiento: Orientación al equipo, desarrollo de capacidades.

Desempeño: Comportamiento, empoderamiento, desarrollo de actividades.

Identificación: Metas, reconocimiento social, incentivo externo.

Orientación a la meta: Enfoque al cliente, compromiso, motivación de logro.

3.3. Población, muestra y muestreo

La población según Hernández (2014) es el total de sucesos que están en coincidencia con una serie de especificaciones (p.65).

La población estuvo compuesta por 70 de una cadena de cafeterías del local de Miraflores.

Asimismo, se utilizó criterios de segmentación:

Criterios de inclusión:

Se consideró a todo el personal del local de Miraflores Criterios de exclusión: No se tomó en cuenta para la muestra al área administrativo.

Muestra

La muestra estuvo constituida por cocineros, cajeros, área de despacho, mozos, área de limpieza la muestra es definido como La muestra hace referencia a los subgrupos de un total de población, en donde se obtendrá los datos que tiene que ser analizados y definidos con precisión (Hernández. Fernández y Baptista, 2010).

Muestreo

El muestreo que se utilizó en esta investigación fue de tipo no probabilístico, utilizando un muestreo intencional. que se refiere Hernández (2014) la muestra no probabilística es la población la cual ha sido elegida para saber las características y ver la probabilidad de dicha investigación.

Unidad de análisis: colaboradores de una cadena de cafeterías en Miraflores.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para Monje (2011) la técnica de la encuesta tiene como características obtener datos mediante las personas las cuales están dispuestas a darnos la información que necesitamos, este método es adecuado para estudiar las peculiaridades de las personas a quienes nos dirigimos.

La técnica que se usó en esta investigación fue la encuesta.

En cuanto al instrumento de esta investigación se optó por usar el cuestionario. Un cuestionario es el conjunto de varias variables las cuales se medirán, a su vez, tiene que ser coherente teniendo relación con nuestro planteamiento de problema, así como también de la hipótesis (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Validez del instrumento

Para la validez del instrumento utilizamos criterios

Validez de contenido

Para obtener la validez de contenido del instrumento se realizó un juicio de expertos, el cual estuvo conformado por 3 expertos profesionales de la Universidad César Vallejo, los cuales son especialistas en el tema de Motivación intrínseca quienes nos dieron opiniones y observaciones para mejora del instrumento, estos fueron los resultados

Tabla 2

Validación de expertos.

Expertos	Grado Académico	Opinión de Aplicabilidad
Zevallos Gallardo Verónica	Mg. Docencia Universitaria.	Aplicable
Jara Miranda Robert	DR. En adm. empresas	Aplicable
Castillo Canales Braulio	Maestro en adm. Turismo	Aplicable

Fuente: Elaboración Propia

Según los resultados obtenidos nos permitió ver que el instrumento es aplicable y a su vez este tuvo un alto grado de validez con relación a su contenido.

Confiabilidad

Para la confiabilidad del trabajo se aplicó una prueba piloto a 30 personas y los resultados fueron procesados en el SPSS, y el estadístico de Alfa de Cronbach salió el siguiente resultado, 0.882, lo cual demuestra que se tiene una alta confiabilidad.

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,877	,882	27

3.5. Procedimiento

En este apartado mencionamos el procedimiento metodológico de este trabajo de investigación, donde se describe el modo de recolección de información, así también como el control de variables así como las coordinaciones que se dio con la institución que fueron elementales para la realización de la presente tesis.

Tabla 3

Cuadro de procedimientos.

Modo de recolección de información	La recolección de datos que se utilizara con la técnica de encuesta y el instrumento denominado cuestionario tuvieron como base a Monje (2011), (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Luego se realizará la validez de contenido con 3 expertos, la validez de constructo se realizará una confiabilidad para que sea viable. Una vez que nuestro instrumento se encuentre apto procederemos a aplicar los cuestionarios
Manipulación o control de variables	Procederemos a aplicar los cuestionarios en diversos momentos, para que la recolección de datos serán lo más objetivo posible. Cuando se obtenga la data total se procederá a revisar los cuestionarios seguido de ser enumerados para una clasificación más sencilla, las incidencias serán parte de la observación que tendrá nuestro cuestionario, para un control de variables seleccionaremos a nuestros encuestados. Así mismo, no se manipulará el cuestionario, se revisará constantemente para un mejor desarrollo de nuestra encuesta
Coordinaciones institucionales	Para conseguir nuestra muestra, se pasará a coordinar con las siguientes instituciones: 1.la cadena de cafetería

Fuente: Elaboración Propia

3.6. Método de análisis de datos

La presente investigación realizó una recolección de datos y se usó el programa de SPSS el cual ayudo a la interpretación de la estadística descriptiva, así mismo se utilizó los estadísticos descriptivos.

3.7. Aspectos éticos

La investigación respeto las normas científicas, así como también se pidió y permiso correspondiente para el desarrollo de este estudio en la empresa, así mismo este trabajo conto con la discreción que se basó en el anonimato de los encuestados protegiendo así su identidad ante la Ley y la comunidad científica.

Por otro lado, los reglamentos de grados y título de la Universidad Cesar Vallejo tienen vigente sus disposiciones, esto quiere decir que la información que se dio en esta investigación es auténtica y con conformidad al producto del presente trabajo, dejando de lado el plagio de otro trabajo de investigación.

IV. RESULTADOS Y DISCUSION

RESULTADOS

Sobre la motivación intrínseca en los trabajadores de una cadena de cafeterías en el distrito de Miraflores principalmente el nivel de dicha motivación es bajo esto se infiere ya que los trabajadores de dicha empresa no se sienten con la motivación ni el compromiso respectivo esto se debe a la falta de compromiso que estos tienen y a su vez la empresa no les brinda las facilidades necesarias para que ellos puedan desenvolverse de la manera esperada , esto puede traer consecuencias de manera negativa en cuanto a la relación trabajador empresa ya que sin dicha relación el colaborador denota realizar sus actividades de manera obligatoria lo cual es su deber más por el contrario debería existir un compromiso ya que es su lugar de trabajo.

Así mismo si el nivel de motivación intrínseca que se maneja es bajo como resultados tenemos a empleados descontentos y sin orientación propia a realizar mejoras u observaciones las cuales podrían ser tomadas por la cadena de cafetería ya que una empresa bien dirigida se debe al compromiso de ambas partes de no ser así , los resultados no serán lo más esperados por otra parte si bien es cierto la motivación intrínseca se maneja de manera interior por parte de cada persona , existen maneras en las cuales la empresa puede llegar hacia ellos de manera indirecta a su vez la motivación intrínseca es un buen aliado en cuanto se trata un trabajo en base a la atención esto se debe a que dicha motivación tiene mayor impulso o impacto al momento de satisfacer necesidades y a cambio recibir gratitud .

Esta cadena de cafeterías tiene buenos recursos para ser un buen lugar en donde uno pueda desarrollarse y crecer como profesional sin embargo tiene la desventaja de la falta de flexibilidad por parte de los encargados

Apreciamos que un 23.33% de los encuestados indican que la motivación intrínseca de la cafetería es baja esto refleja que en este lugar no se está desarrollando dicha motivación así mismo un 53.33% de los encuestados indican que esta motivación es media en su centro de labor, lo cual si realizamos la sumatoria de dichos niveles nos da como resultado 76.6% el cual es un número muy elevado en donde se refleja claramente la ausencia de la motivación intrínseca en la cafetería Lucio Caffè. por otra parte podemos apreciar que solo un 23.33% indica que la motivación intrínseca en

dicha cafetería es alta y no tienen problema con ello , siendo este cantidad un número muy bajo y a su vez refleja que existe dificultades con la motivación intrínseca en la cafetería.

Análisis inferencial

Variable Motivación Intrínseca

Para analizar estos resultados y los baremos se tuvo que usar una fórmula de estaninos así mismo, esta pasara a ser detallada para nuestra Variable Motivación Intrínseca

Cuadro de Motivación Intrínseca

Determinamos los equivalentes de la escala Likert:

Tabla 4

Tabla de escala de Likert, Motivación Intrínseca

Escala Likert	Equivalente ordinal
Totalmente en desacuerdo	1
En Desacuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5

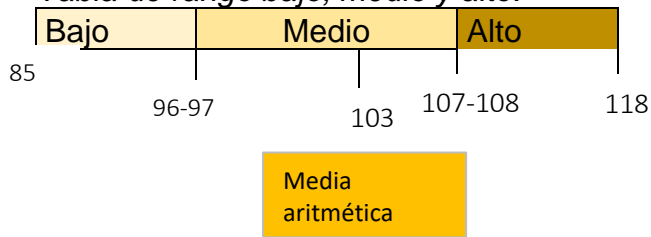
Tabla de puntos de corte de la variable Motivación Intrínseca

Puntaje nominal	Punto de corte	Rangos y niveles
Mínimo	85	Bajo
Medio	103	Medio
Máximo	118	Alto

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6

Tabla de rango bajo, medio y alto.



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7

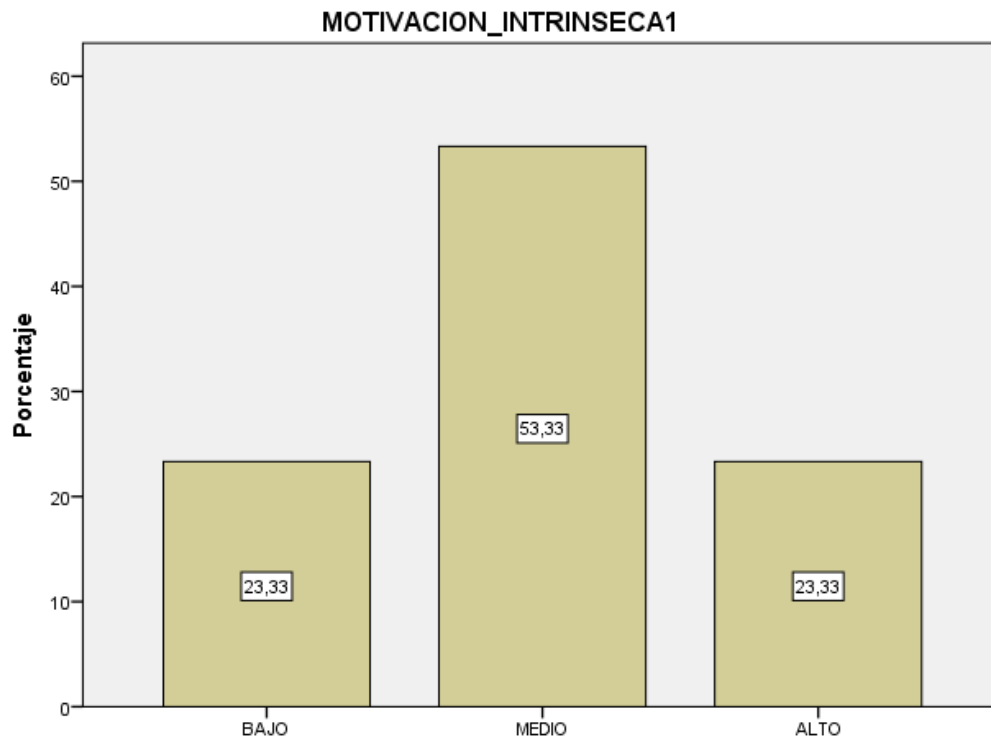
Tabla de rangos de la Variable Motivación Intrínseca

Rangos	Rango inferior	Rangos superior
Alto	108	118
Medio	97	107
Bajo	85	96

Fuente: Elaboración propia.

Figura 7

Gráfico de la variable motivación intrínseca



Nota: Fuente, Encuesta del autor.

Interpretación:

Apreciamos que un 23.33% de los encuestados indican que la motivación intrínseca de la cadena de cafetería es baja esto refleja que en este lugar no se está desarrollando dicha motivación así mismo un 53.33% de los encuestados indican que esta motivación es media en su centro de labor, lo cual si realizamos la sumatoria de dichos niveles nos da como resultado 76.6% el cual es un número muy elevado en donde se refleja claramente la ausencia de la motivación intrínseca en la cafetería lucio caffè. por otra parte podemos apreciar que solo un 23.33% indica que la motivación intrínseca en dicha cafetería es alta y no tienen problema con ello, siendo esta cantidad un número muy bajo y a su vez refleja que existe dificultades con la motivación intrínseca en dicha cadena de cafeterías.

Análisis inferencial

Dimensión Involucramiento

Para el análisis de los resultados y los baremos se utilizó la fórmula de estatinos la cual pasaremos a detallar para nuestra dimensión llamada involucramiento

Cuadro de involucramiento

Determinamos los equivalentes de la escala Likert:

Tabla 8

Tabla de escala de Likert, Involucramiento.

Escala Likert	Equivalente ordinal
Totalmente en desacuerdo	1
En Desacuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 9

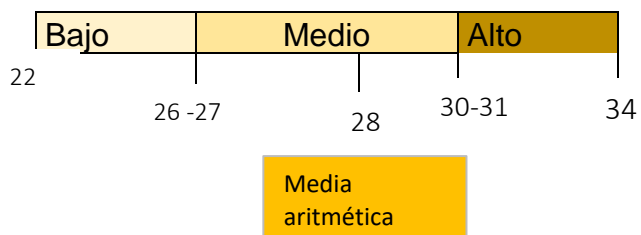
Tabla de puntos de corte de involucramiento

Puntaje nominal	Punto de corte	Rangos y niveles
Mínimo	22	Bajo
Medio	28	Medio
Máximo	34	Alto

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 10

Tabla de rango bajo, medio y alto



Fuente: Elaboración propia

Tabla 11

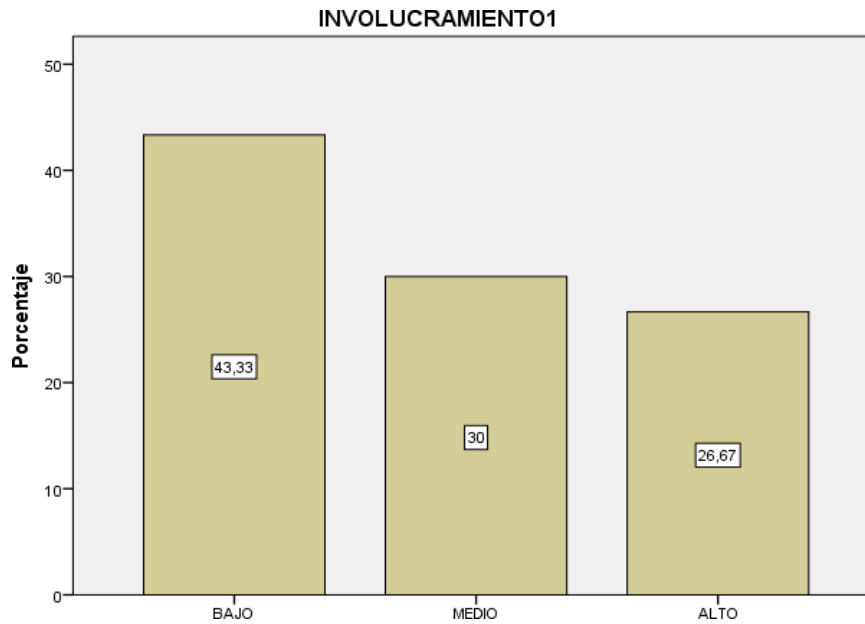
Tabla de rangos de la dimensión involucramiento

Rangos	Rango inferior	Rangos superior
Alto	31	34
Medio	27	30
Bajo	22	26

Fuente: Elaboración propia.

Figura 8

Gráfico de la dimensión involucramiento



Nota: Fuente, Encuesta del autor.

Interpretación:

Apreciamos que el 43.3% de los encuestados indica que el involucramiento que hay en la cafetería es de nivel bajo el cual indica que existe dificultades ante ello, seguido a esto un 30% afirma que el involucramiento es de nivel medio sumando esto dos niveles nos resultan que un 73% indica una cantidad de manera negativa, por el contrario, solo un 26.67% afirma que el involucramiento que se da es en la cafetería es de manera alta y sin problema. Concluyendo así que más de la mitad del personal no se siente involucrado con la empresa demostrando así la falta de dicha dimensión por ello es que talvez los trabajadores no sientan el compromiso necesario cuando realiza sus tareas diarias en dicho lugar así mismo denota que la mayoría no pone su interés por completo generando problemas a la hora de las metas de la cafetería.

Análisis Inferencial

Dimensión desempeño

Para el análisis de los resultados y los baremos se utilizó la fórmula de estatinos la cual pasaremos a detallar para nuestra dimensión desempeño

Cuadro de desempeño

Determinamos los equivalentes de la escala Likert.

Tabla 12

Tabla de escala de Likert, Desempeño

Escala Likert	Equivalente ordinal
Totalmente en desacuerdo	1
En Desacuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 13

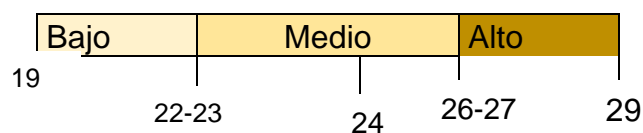
Tabla de puntos de corte de la dimensión desempeño

Puntaje nominal	Punto de corte	Rangos y niveles
Mínimo	19	Bajo
Medio	24	Medio
Máximo	29	Alto

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 14

Tabla de rango bajo, medio y alto.



Fuente: Elaboración propia.

Media aritmética

Tabla 15

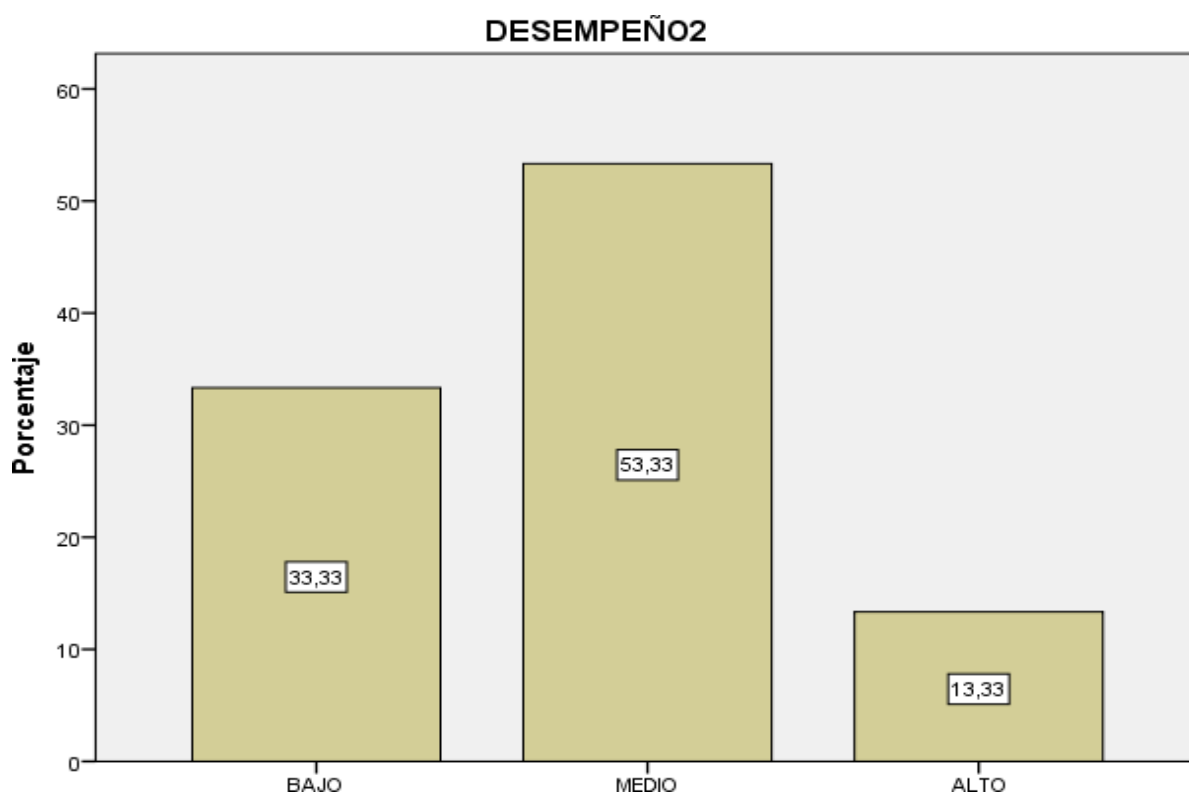
Tabla de rangos de la Dimensión desempeño

Rangos	Rango inferior	Rangos superior
Alto	27	29
Medio	23	26
Bajo	19	22

Fuente: Elaboración propia.

Figura 9

Gráfico de la dimensión desempeño



Nota: Fuente, Encuesta del autor.

Interpretación:

En el siguiente gráfico se aprecia que un 13.33% indica un alto nivel de desempeño el cual denota que no presenta dificultades ante realizar un desempeño de excelencia en la cafetería de Miraflores, sin embargo un 53.3% indica que el desempeño que se pueda desarrollar en dicha cafetería es de nivel medio el cual no es del todo satisfactorio añadiendo a ello el nivel bajo el cual está representado por un 33.3% , entre ambas sumatorias da un resultado de un 86% el cual es una cantidad considerable lejos de tener un desempeño de manera apta en dicho lugar ya que a

causa de esto puede que se genera ciertos problemas al momento de realizar las labores o tareas diarias en la cafetería.

Análisis Inferencial

Dimensión Identificación

Para el análisis de los resultados y los baremos se utilizó la fórmula de estatinos la cual pasaremos a detallar para nuestra dimensión llamada identificación.

Cuadro de identificación

Determinamos los equivalentes de la escala Likert:

Tabla 16

Tabla de escala de Likert, Identificación.

Escala Likert	Equivalente ordinal
Totalmente en desacuerdo	1
En Desacuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 17

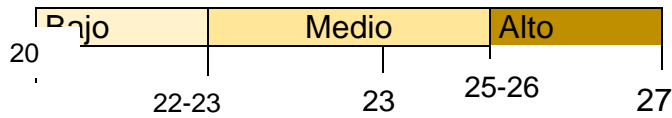
Tabla de puntos de corte de identificación

Puntaje nominal	Punto de corte	Rangos y niveles
Mínimo	20	Bajo
Medio	23	Medio
Máximo	27	Alto

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 18

Tabla de rango bajo, medio y alto.



Fuente: Elaboración propia. Media aritmética

Tabla 19

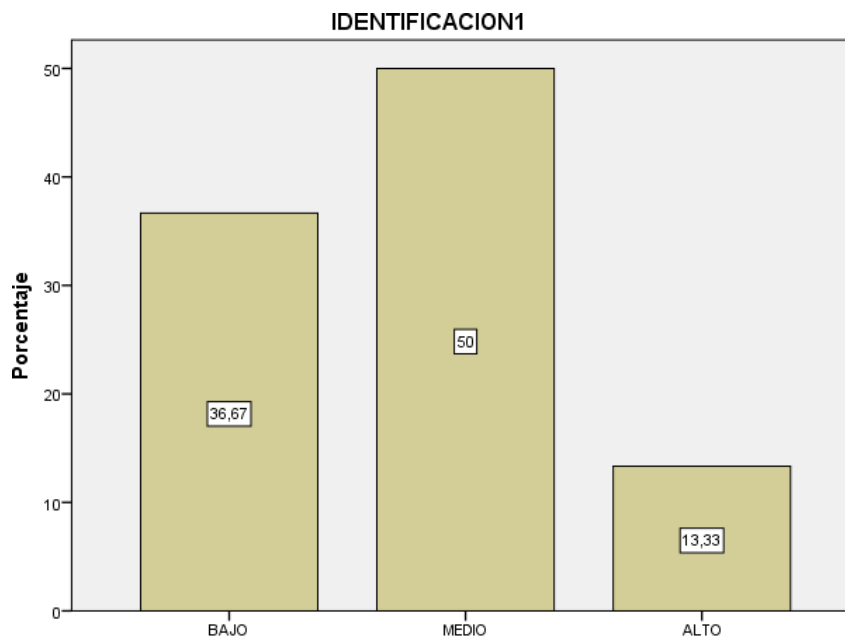
Tabla de rangos de la dimensión identificación

Rangos	Rango inferior	Rangos Superior
Alto	26	27
Medio	23	25
Bajo	20	22

Fuente: Elaboración propia.

Figura 10

Gráfico de la dimensión identificación.



Nota: Fuente, Encuesta del autor.

Interpretación:

En el gráfico podemos apreciar claramente que un 13.3% indica que la identificación que siente por parte de la cafetería es de nivel alto el cual es muy positivo ya que el

compromiso y dedicación por realizar sus actividades en dicho lugar es muy bueno, sin embargo, la cantidad es mínima por el contrario un 50% de los colaboradores indican que la identificación es de nivel medio por ende es una cifra preocupante seguido a esto un 36.67% precisa que el nivel de identificación es alta esto indica que existen colaboradores los cuales no se sienten identificados con su lugar de trabajo ya que los niveles de medio y bajo son muy altos siendo esto más de un 50% del total de todos los que trabajan en aquel lugar.

Análisis Inferencial

Dimensión Orientación a la meta

Para el análisis de los resultados y los baremos se utilizó la fórmula de estaninos la cual pasaremos a detallar para nuestra dimensión llamada identificación.

Cuadro de orientación a la meta

Determinamos los equivalentes de la escala Likert:

Tabla 20

Tabla de escala de Likert, orientación a la meta.

Escala Likert	Equivalente ordinal
Totalmente en desacuerdo	1
En Desacuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21

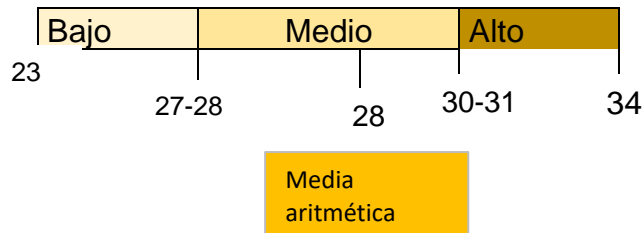
Tabla de puntos de corte de Orientación a la meta

Puntaje nominal	Punto de corte	Rangos y niveles
Mínimo	23	Bajo
Medio	28	Medio
Máximo	34	Alto

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 22

Tabla de rango bajo, medio y alto.



Fuente: Elaboración propia

Tabla 23

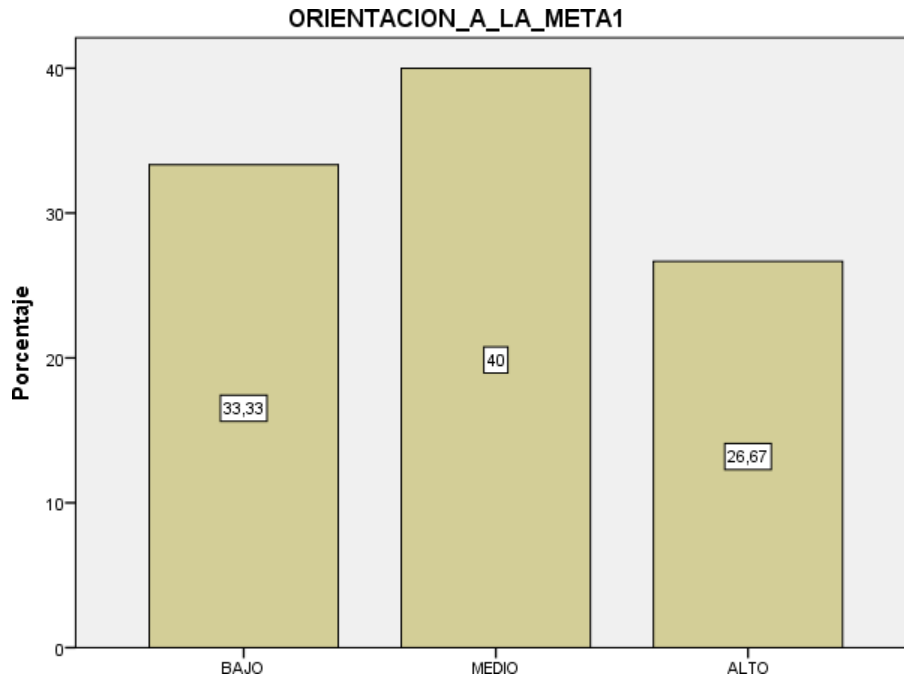
Tabla de rangos de la dimensión identificación

Rangos	Rango inferior	Rangos Superior
Alto	31	34
Medio	28	30
Bajo	23	27

Fuente: Elaboración propia.

Figura 11

Gráfico de la dimensión orientación a la meta.



Fuente,

Encuesta del autor.

Interpretación:

Apreciamos que un 33.3% de los encuestados indica que el nivel que se maneja en cuanto a la orientación a la meta es de nivel bajo, lo cual es una cifra preocupante porque esto quiere decir que la orientación a la meta en los encuestados es muy baja y esto como consecuencia. Dificulta al momento de querer llegar a los objetivos propuestas por la empresa y sin el compromiso de todos los colaboradores no se llegará a dicho objetivo. Por otro lado, un 40% del nivel indica que la orientación a la meta es de precisión media esta apreciación se da gracias a que los trabajadores ejercen un compromiso y compañerismo de manera media, por otra parte, así mismo juntando ambos niveles hacen más de un 50% en que los colaboradores indican una cifra considerable de manera negativa esto quiere decir que la cafetería presenta dificultades al respecto ya que no todos los colaboradores trabajan en equipo.

Gráficos descriptivos

Tabla 24

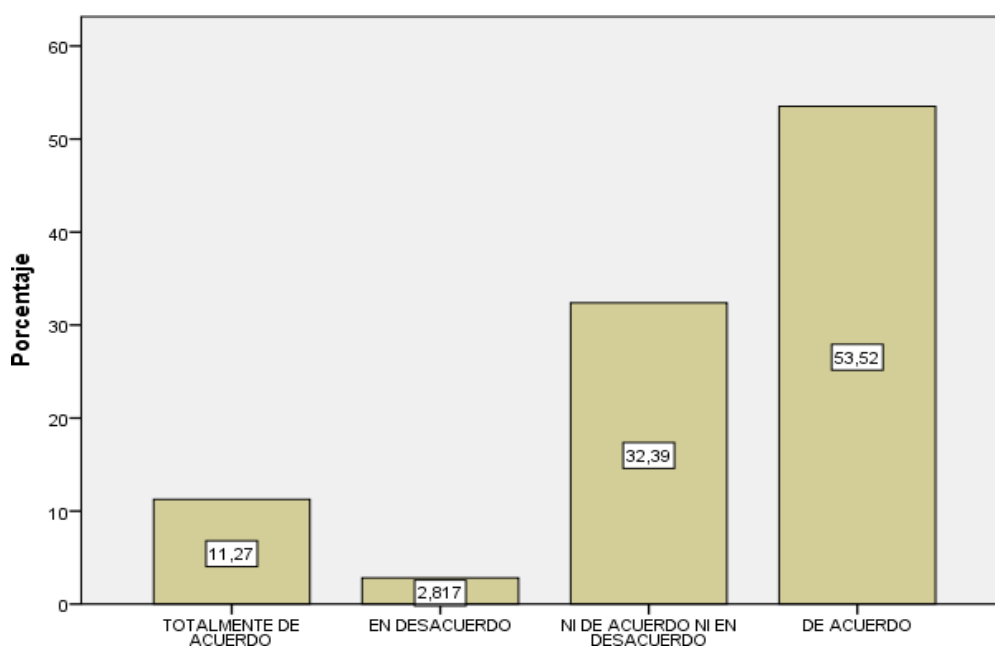
Cuadro del ítem 1

La motivación de la empresa te hace más productivo				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	8	11,3	11,3	11,3
EN DESACUERDO	2	2,8	2,8	14,1
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	23	32,4	32,4	46,5
DE ACUERDO	38	53,5	53,5	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado

Figura 12

Gráfico del ítem 1, La motivación de la cadena de cafetería te hace más productivo.



Nota: Fuente, Encuesta del autor.

Interpretación:

Sobre la pregunta la motivación de la empresa de cafetería te hace más productivo,

se puede apreciar que el 11.27% se encuentra totalmente acuerdo en cuanto a la producción. Asimismo, el 2.817% denotó estar en desacuerdo lo cual evidencia un alto nivel de disgusto debido a que no existe motivación para los trabajadores de dicha cafetería esto se debe al poco interés que le puedan tomar a los trabajadores Un 32.39% de la muestra manifiesta no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, de esta manera si se realiza la sumatoria de las 2 escalas las cuales han sido negativas tenemos que un 35.207% denota que la cadena de cafetería de Miraflores presenta ciertas dificultades para cumplir con la motivación a la hora de trabajar. por otro lado, se puede apreciar que un 53.52% está conforme con dicha afirmación aquí se refleja que a pesar de algunas dificultades que presente dicha cafetería a la hora de trabajar, la gran mayoría de dicho lugar refleja estar contento y ser un trabajador productivo.

Tabla 25
Cuadro del ítem 2

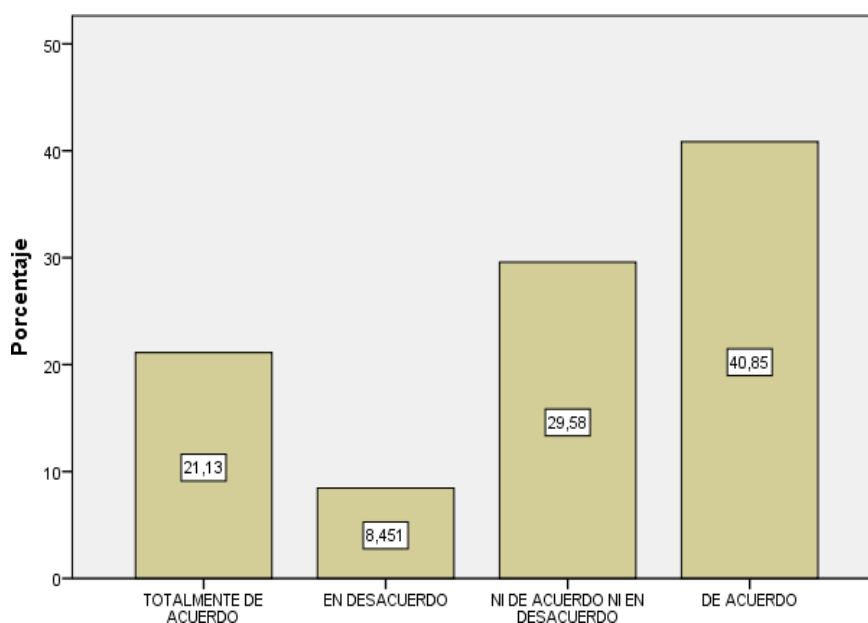
El cargo y las responsabilidades que tienes en la cadena de cafetería te motivan a un mejor desempeño				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	15	21,1	21,1	21,1
EN DESACUERDO	6	8,5	8,5	29,6
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	21	29,6	29,6	59,2
DE ACUERDO	29	40,8	40,8	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 13

Gráfico del ítem 2, El cargo y la responsabilidad que tienes en la cadena de cafetería

te motivan a un mejor desempeño



Nota: Fuente, Encuesta del autor

Interpretación:

Sobre la pregunta el cargo y la responsabilidad que tienes en la cafetería te motivan a un mejor desempeño se pudo ver que un 21.13 esta con una posición en la cual está totalmente de acuerdo con el cargo así mismo la responsabilidad que se tiene en dicha cafetería por otra parte un grupo mínimo de un 8,451% tiene una posición en desacuerdo , se puede apreciar que ni la responsabilidad conlleva a hacerse cargo de un puesto , en otra faceta un 29,58% dice que no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo, realizando la sumatoria del porcentaje en desacuerdo y el porcentaje de los de ni de acuerdo ni en desacuerdo se obtiene un 38.031% se encuentra en una posición negativa en donde están en desacuerdo o simplemente no intervienen en dicha premisa . muy por el contrario, un 40,85% denota con la opción que está de acuerdo con las responsabilidades que se les son asignadas en la cafería de Miraflores. En este caso las sumatorias de las opciones totalmente de acuerdo y de acuerdo hacen un total de 61.98% lo cual es más de un 50% del total esto es muy óptimo para la cafetería.

Tabla 26

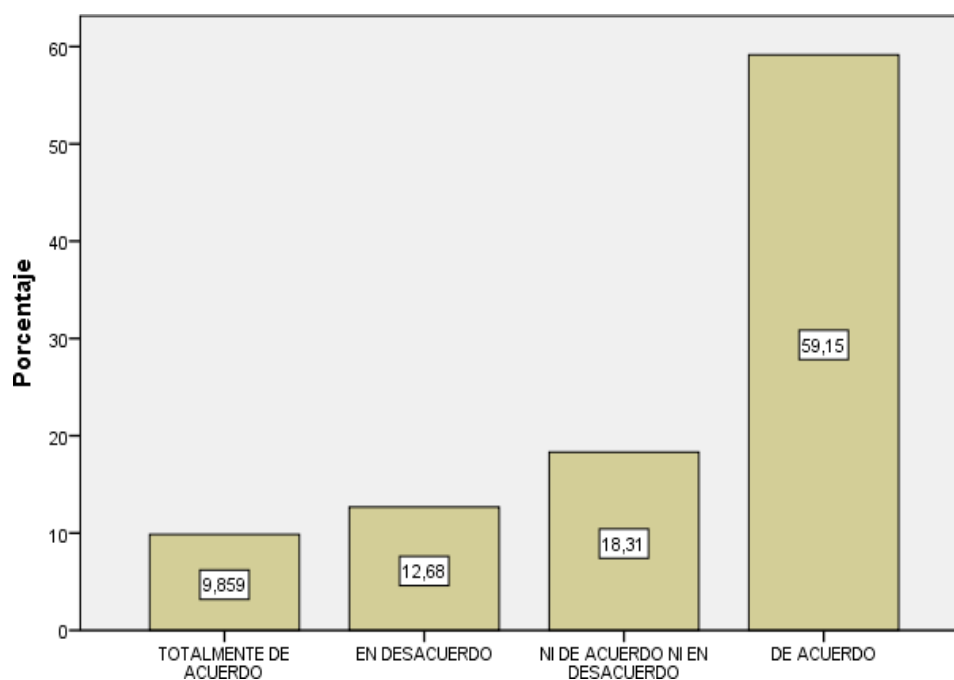
Cuadro del ítem 3

Tienes la libertad de adecuar los protocolos según tu entendimiento y comodidad				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	7	9,9	9,9	9,9
EN DESACUERDO	9	12,7	12,7	22,5
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	13	18,3	18,3	40,8
DE ACUERDO	42	59,2	59,2	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado

Figura 14

Gráfico del ítem 3, Tienes la libertad de adecuar los protocolos según tu entendimiento y comodidad.



Nota: Fuente, Encuesta del autor.

Interpretación:

Sobre la pregunta Tienes la libertad de adecuar los protocolos según tu entendimiento y comodidad un 9,859% contesto satisfactoriamente en totalidad acuerdo esto es muy

bueno ya que refleja la cadena de cafetería es muy flexible a la hora de adecuar protocolos o nuevas normas así mismo un 59,15% contestaron que estaban de acuerdo con dicha premisa esto quiere decir que es aceptable , por otra parte existe un porcentaje de negativa que sumando las opciones de en desacuerdo que es un 12.68% y ni de acuerdo ni en desacuerdo con un 18.31% da como resultado que un 30.99% tiene cierto recelo al recibir los nuevos protocolos que se implementan en la cadena de cafetería , esto quiere decir que se presenta dificultades . Entonces podemos concluir que a pesar de presentar ciertas dificultades la mayoría de trabajadores adecua los protocolos a su comodidad esto es muy positivo para la empresa ya que la flexibilidad siendo esto de manera positiva reflejado en más de un 50% de trabajadores puede ayudar a las mejoras que se quiere dar por los protocolos.

Tabla 27

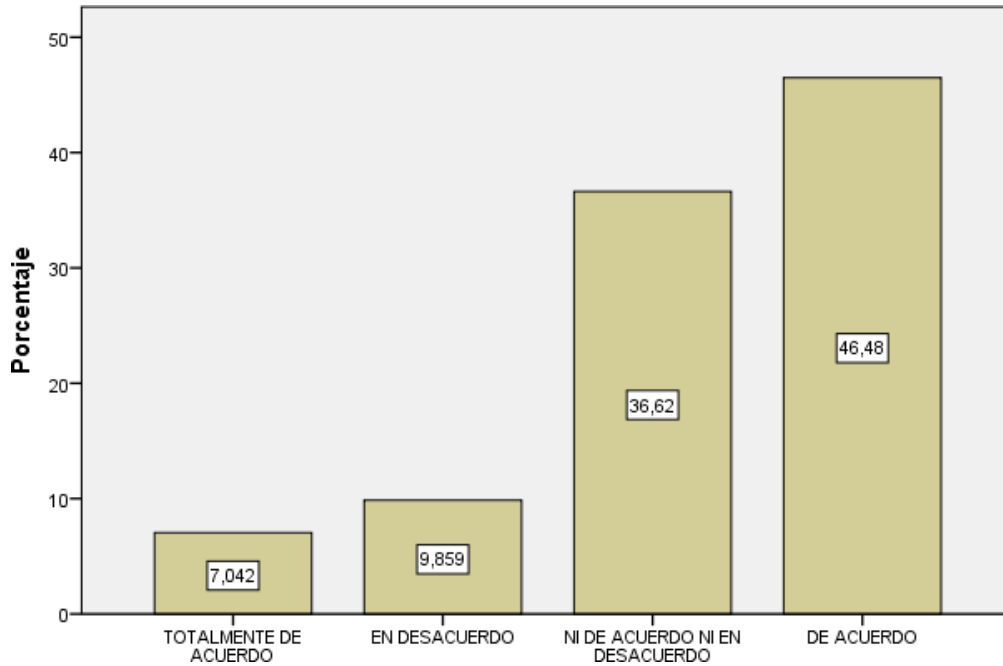
Cuadro del ítem 4

Nota: Fuente, Encuesta del investigado

Hay libertad en aportar en la mejora de la empresa y sé que será tomada en cuenta				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	TOTALMENTE DE ACUERDO	5	7,0	7,0
	EN DESACUERDO	7	9,9	16,9
Válidos	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	26	36,6	53,5
	DE ACUERDO	33	46,5	100,0
	Total	71	100,0	100,0

Figura 15

Gráfico del ítem 4, Hay libertad en aportar en la mejora de la empresa y sé que será tomada en cuenta.



Nota:

Fuente, Encuesta del autor.

Interpretación:

En cuanto a la pregunta del ítem número 4 la cual es Hay libertad en aportar en la mejora de la empresa y sé que será tomada en cuenta. Existe un porcentaje significativo de un 36.62% es decir casi la cuarta parte de la totalidad de la muestra manifiesta que no está de acuerdo ni en desacuerdo así mismo, un pequeño grupo de 9.859% está en desacuerdo sumando estos dos escalas dan como resultado un 46.5% el cual es un gran porcentaje que está en una posición negativa, por otra parte también hay trabajadores que están de acuerdo con tener la libertad de aportar ideas y que estas sean tomadas en cuenta es el caso de un 46.48% el cual está de acuerdo por esa posición sumándole a esto un 7.042% que está en una posición de totalmente de acuerdo. Lo cual refleja un total de 53.5% que significa más de la mitad del personal por ende podemos dar la conclusión que, aunque existan posiciones las cuales no sienten que son tomados en cuenta existe gran parte los cuales si sienten que su opinión es tomada en cuenta.

Tabla 28

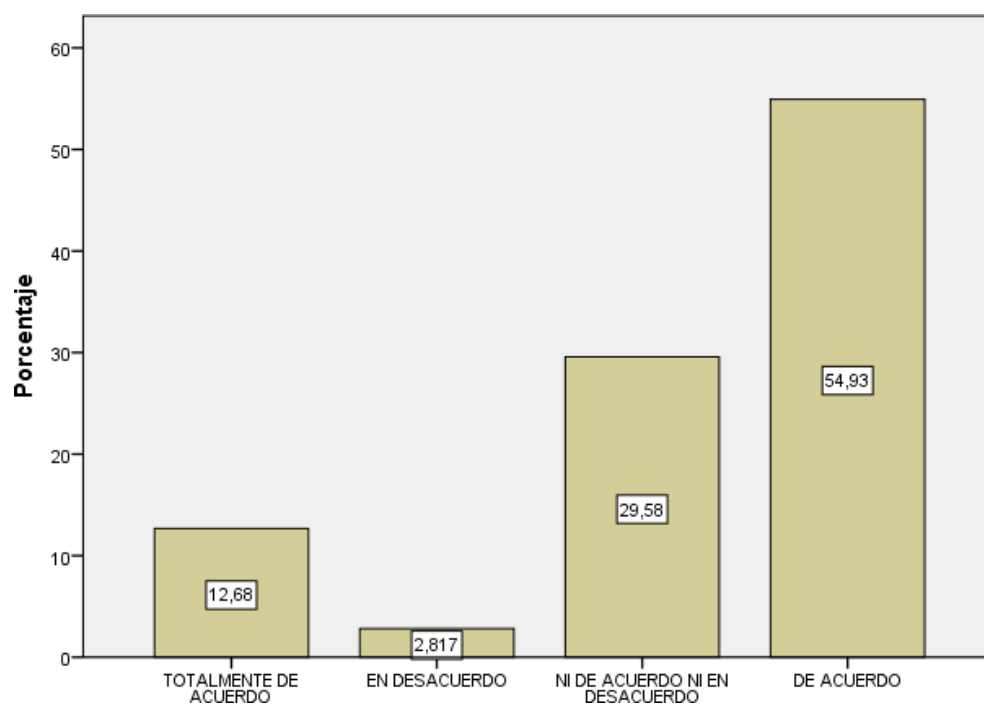
Cuadro del ítem 5

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

El desenvolvimiento en tu trabajo diario ayuda a motivar a tu equipo laboral				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	9	12,7	12,7	12,7
EN DESACUERDO	2	2,8	2,8	15,5
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	21	29,6	29,6	45,1
DE ACUERDO	39	54,9	54,9	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Figura 16

Gráfico del ítem 5, El desenvolvimiento en tu trabajo diario ayuda a motivar a tu equipo laboral.



Nota: Fuente, Encuesta del autor.

Interpretación:

Sobre el ítem El desenvolvimiento en tu trabajo diario ayuda a motivar a tu equipo

laboral existen notables posiciones tanto de acuerdo como en desacuerdo por una parte está un 29.58% que simplemente no está ni de acuerdo ni en desacuerdo añadiéndole a esto un pequeño grupo de 2.817% el cual si está en una posición de desacuerdo al sumar estas dos escalas nos da como resultado que un 32.4% se encuentra en una negativa respecto al desenvolvimiento laboral que este pueda desarrollar , siendo esta una tercera parte del total de colaboradores . por otro lado, existe una gran cifra notoria con escala de “de acuerdo” el cual tiene un 54.93% el cual es muy positivo para la cadena de cafetería y por otra parte también está el grupo que se abstiene en contestar ni de acuerdo ni en desacuerdo que son un 29.58%. pero con ello podemos llegar a la conclusión que más de 50% de trabajadores está de acuerdo con que motiva a su equipo de trabajo así mismo también se ve reflejado que casi una tercera parte no está de acuerdo con dicho ítem.

Tabla 29

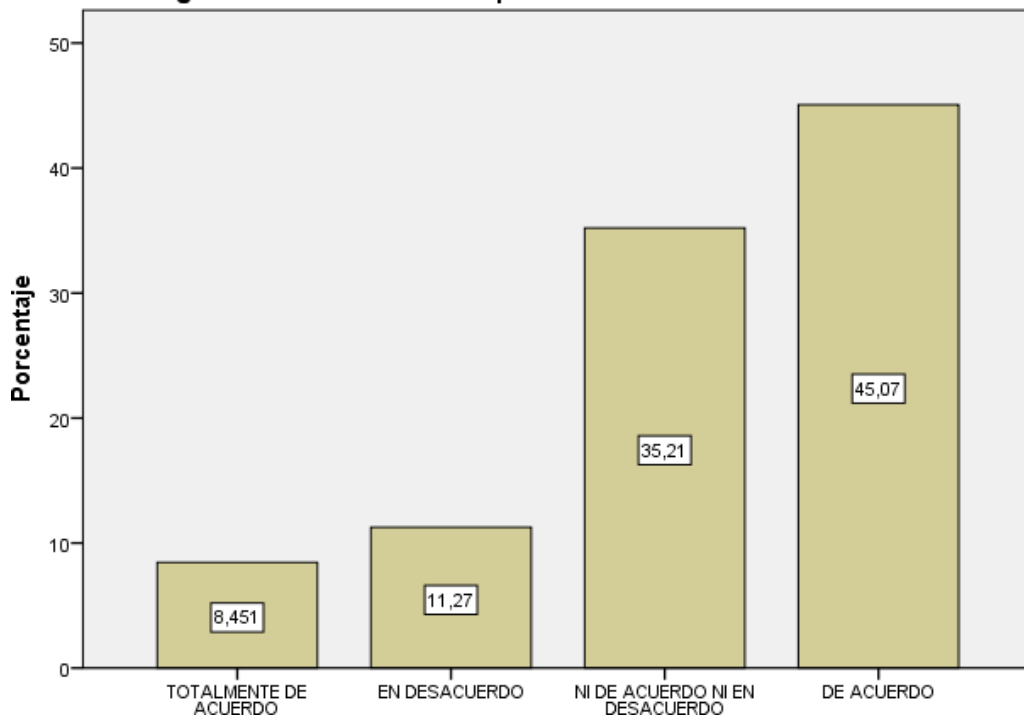
Cuadro de ítem 6

Logras desarrollar todas capacidades en tu centro laboral				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	6	8,5	8,5	8,5
EN DESACUERDO	8	11,3	11,3	19,7
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	25	35,2	35,2	54,9
DE ACUERDO	32	45,1	45,1	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado

Figura 16

Gráfico del ítem 6, Logras desarrollar todas capacidades en tu centro laboral.



Nota: Fuente, Encuesta del autor.

Interpretación:

En cuanto al ítem 6 Logras desarrollar todas capacidades en tu centro laboral se puede reflejar cifras optimas al desarrollo de capacidades dentro de la cadena de cafetería en Miraflores pues que un 45.07% indica que está de acuerdo con dicho ítem por otra parte la escala relacionada a la opción ni de acuerdo ni en desacuerdo es un 35.21% cabe relatar que esta cifra es ligeramente preocupante ya que es una más de 20% trabajadores quienes no les es benefactora esta escala, por otra parte la escala que contesta al nombre de en desacuerdo es de un 11.27% esto significa que un bajo número de trabajadores no están de acuerdo con desarrollar sus capacidades dentro de cafetería así mismo no es una cifra por la cual preocuparse ya que forma parte de un 10% del total de personal así mismo la escala de acuerdo tiene un 45.07% del 100% del total esto quiere decir que a pesar de que exista ciertas dificultades y oposiciones a realizar cada trabajador sus capacidades en cafetería esta escala es apoyada ya que solo un 8.451% está en desacuerdo con dicha premisa.

Tabla 30

Cuadro del ítem 7

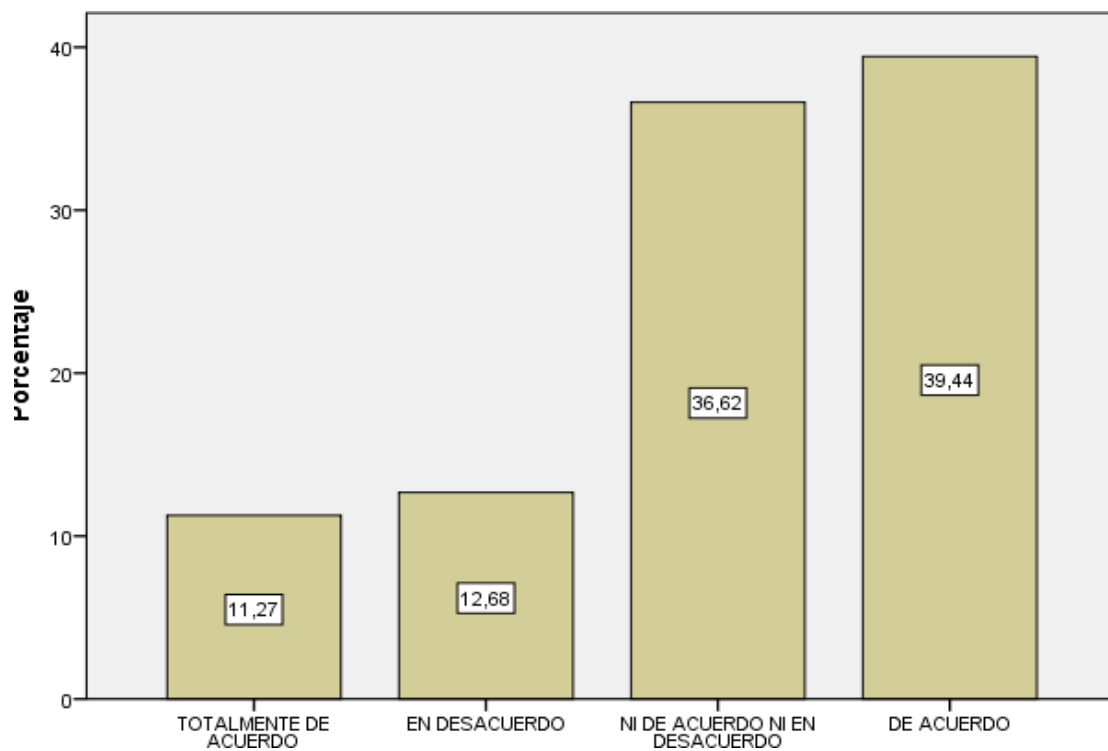
La motivación es el principal pilar que te transmite la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	8	11,3	11,3	11,3
EN DESACUERDO	9	12,7	12,7	23,9
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	26	36,6	36,6	60,6
DE ACUERDO	28	39,4	39,4	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 17

Gráfico del ítem 7, La motivación es el principal pilar que te transmite la empresa.



Nota: Fuente, Encuesta del autor

Interpretación:

Sobre la pregunta La motivación es el principal pilar que te transmite la empresa se

parecía que un 11.27% se encuentra en una posición de totalmente de acuerdo, así mismo un 39.44% se encuentra en una posición de acuerdo. Así mismo el 12.68% denotó estar en desacuerdo lo cual evidencia un bajo nivel de disgusto debido a que al llegar a trabajar a la cadena de cafetería no encuentran esa motivación que necesita ser transmitida esto generando una confusión de que si es o no la motivación un pilar que maneja cafetería. Por otra parte, si sumamos las escalas de acuerdo que es un 12.68% junto con la escala de ni en desacuerdo ni en acuerdo nos encontramos que un 36.62% haciéndose así un total de una cuarta parte no se encuentra satisfecha por otra parte existe 36.62% el cual tiene como escala ni de acuerdo ni en desacuerdo, esto quiere decir que son trabajadores los cuales no sienten que la motivación sea un pilar que se pueda manejar en la cafetería. Esto hace que un 40% de trabajadores no quieran que su elección sea tomada en cuenta.

Tabla 31

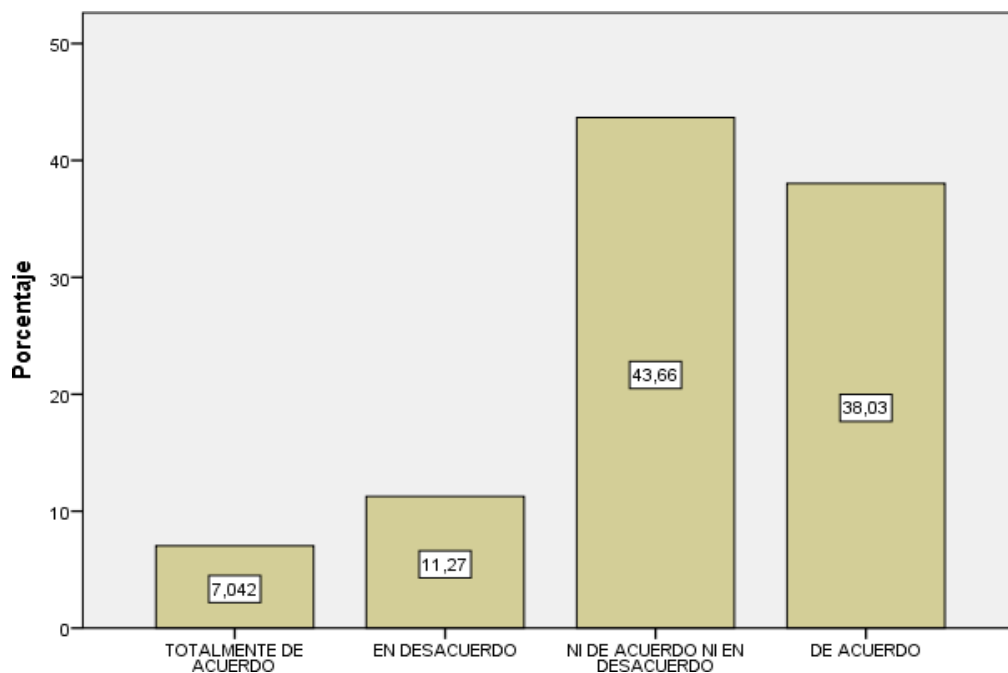
Cuadro del ítem 8

La empresa reconoce tu desempeño y te premia por eso				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	TOTALMENTE DE ACUERDO	5	7,0	7,0
	EN DESACUERDO	8	11,3	18,3
Válidos	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	31	43,7	62,0
	DE ACUERDO	27	38,0	100,0
	Total	71	100,0	100,0

Nota: Fuente, Encuesta del investigado

Figura 18

Gráfico del ítem 8, La empresa reconoce tu desempeño y te premia por eso.



Nota: Fuente, Encuesta del autor.

Interpretación:

Sobre la pregunta, La empresa reconoce tu desempeño y te premia por eso existe un considerable número el cual opta por no estar de acuerdo ni en desacuerdo ya que es un 43.66% lo cual es casi el 50% del personal esto se debe a que hay trabajadores los cuales no se sienten identificados con su trabajo y no sienten que sean premiados, así mismo un grupo de 11.27% opta por no estar de acuerdo, sumando estas dos escalas nos da un resultado de 54.9% el cual se refleja claramente que Lucio no está reconociendo tales desempeños . por otra parte, un 38.03% están de acuerdo con que la cafetería si considera y premia el desenvolvimiento del trabajador siendo así un 45.1% de la sumatoria de un 38.03 de acuerdo y un 7.042% de los trabajadores. esto quiere decir que a pesar de que exista dificultades existe una satisfacción por la otra parte de grupo siendo esta de un grupo que reconoce que la cafetería tiene consideraciones con ellos.

Tabla 32

Cuadro del ítem 9.

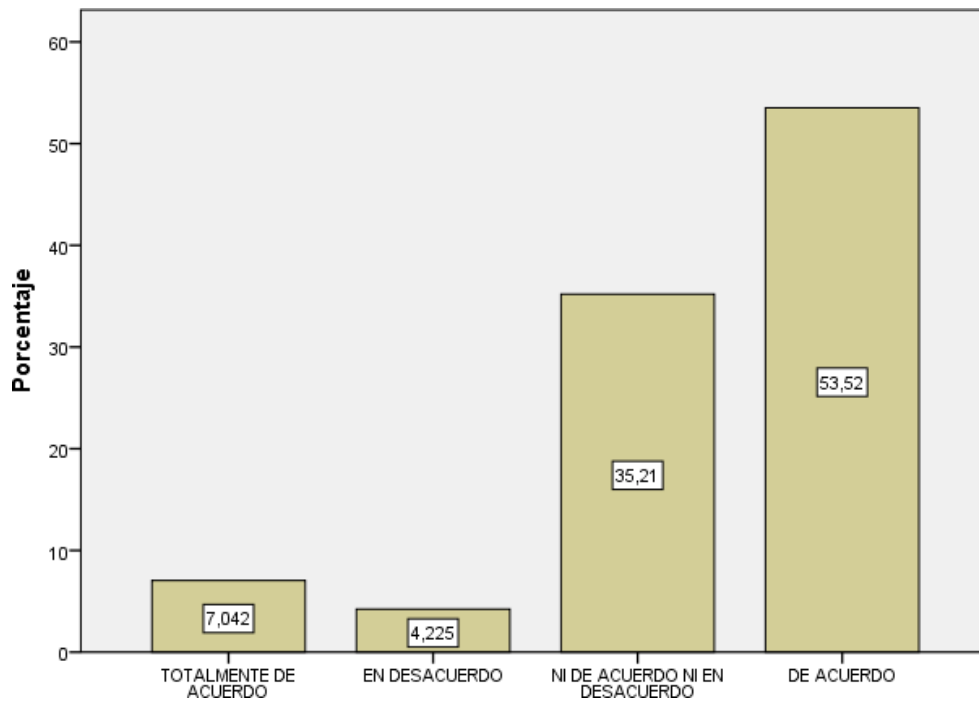
Sientes que la empresa apoya a tus diversas iniciativas laborales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	5	7,0	7,0	7,0
EN DESACUERDO	3	4,2	4,2	11,3
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	25	35,2	35,2	46,5
DE ACUERDO	38	53,5	53,5	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 19

Gráfico del ítem 9, Sientes que la empresa apoya a tus diversas iniciativas laborales.



Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

Con respecto al ítem Sientes que la empresa apoya a tus diversas iniciativas laborales

un 53.52% opto por estar de acuerdo esto quiere decir que existe un alto nivel de conformidad por parte de los trabajadores así también un 7.042% indico estar totalmente de acuerdo realizando esta sumatoria nos da como resultado que más de un 50% de colaboradores siente que la empresa los apoya ya que esto ayuda mucho al crecimiento de la empresa de manera que incentiva a sus trabajadores a mejorar muy por el contrario existe un 35.21% quienes nos están ni de acuerdo ni en desacuerdo adjuntando a esto la escala de en desacuerdo con un 4.225% , nos refleja que un 40% del total siente el respaldo de la empresa por ellos.

Tabla 33

Cuadro del ítem 10.

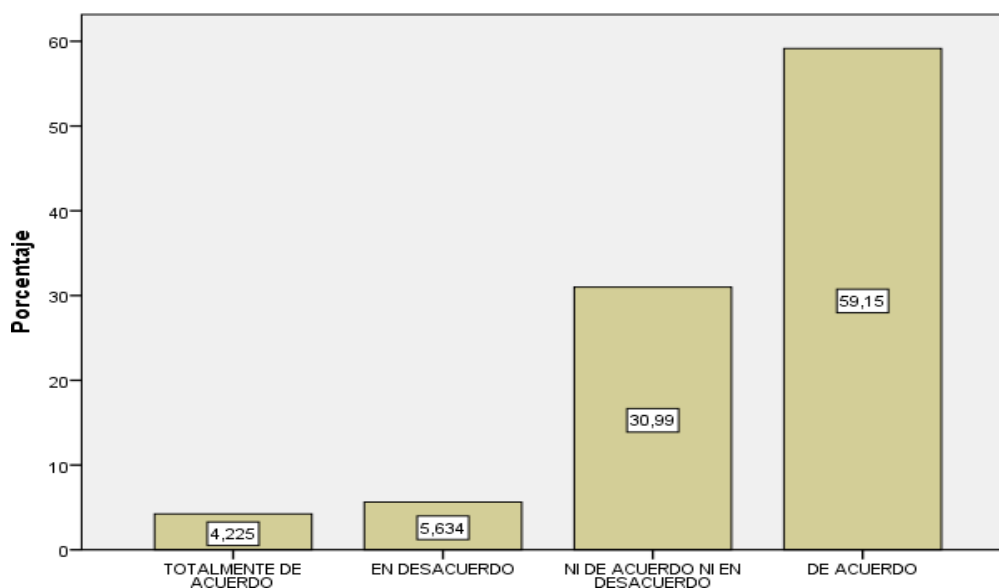
Trabajar en la empresa ha permitido ampliar tus habilidades preexistentes				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	TOTALMENTE DE ACUERDO	3	4,2	4,2
	EN DESACUERDO	4	5,6	9,9
Válidos	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	22	31,0	40,8
	DE ACUERDO	42	59,2	100,0
	Total	71	100,0	100,0

Nota: Fuente, Encuesta del investigado

Figura 20

Gráfico del ítem 10, Trabajar en la empresa ha permitido ampliar tus habilidades

preexistentes.



Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

Sobre la pregunta Trabajar en la empresa ha permitido ampliar tus habilidades preexistentes es apreciable que el 4.225% se encuentra en total desacuerdo en cuanto al permiso de poder desarrollar sus habilidades. Asimismo, el 5.634% denotó estar no de acuerdo evidenciando así un bajo nivel de disgusto debido a que al llegar a su lugar de trabajo se sienten retraídos con el tema de poder ampliar las habilidades que estos poseen. Un 30.99%, es decir casi la cuarta parte de la totalidad manifiesta estar en una posición neutral, a la suma de las escalas que se encuentran en nivel negativo tenemos que casi el 40% puede ver que en la cadena de cafetería nos le da esa libertad de poder realizar y crecer profesionalmente en este ítem. Así mismo, se refleja un 59.15% del total que se encuentra en una posición de estar de acuerdo, mientras que un 4.225% tiene como respuesta a un totalmente de acuerdo, si se da la sumatoria de ambos niveles este es equivalente a un 60%, lo cual demuestra a si exista ciertas dificultades en el servicio consultado; la mayoría de los trabajadores se muestra satisfecho con su trabajo ofrecido al inicio de la comunicación.

Tabla 34
Cuadro del ítem 11

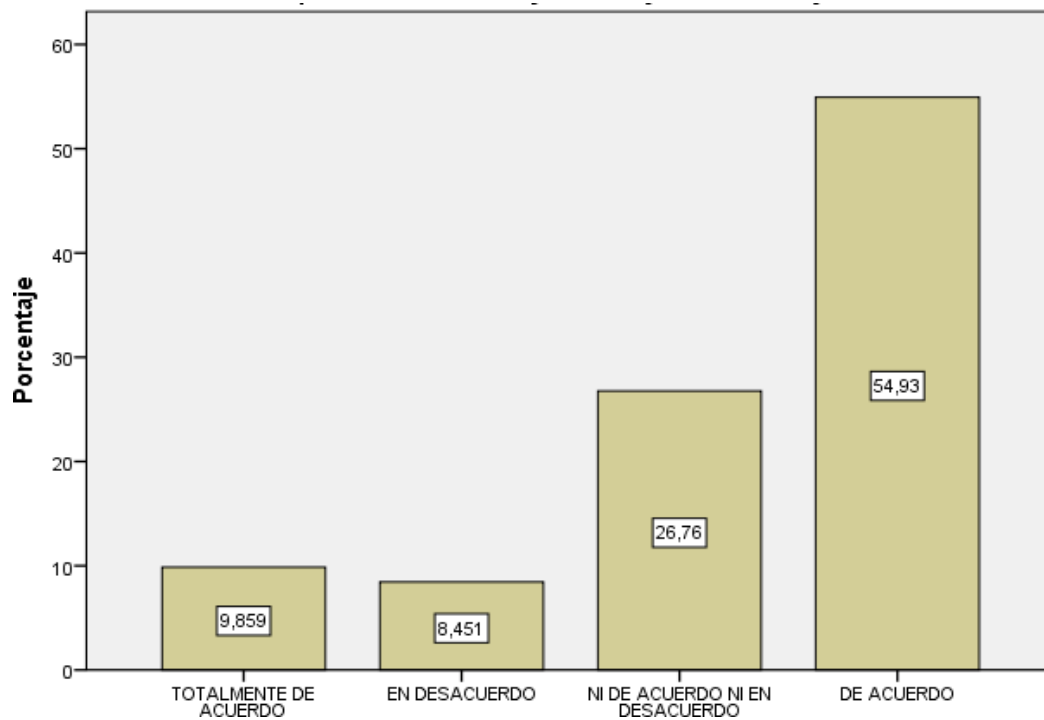
Las capacitaciones influyen a mejorar tu trabajo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	7	9,9	9,9	9,9
EN DESACUERDO	6	8,5	8,5	18,3
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	19	26,8	26,8	45,1
DE ACUERDO	39	54,9	54,9	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 21

Gráfico del ítem 11, Las capacitaciones influyen a mejorar tu trabajo.



Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

Aquí se puede apreciar en el ítem de Las capacitaciones influyen a mejorar tu trabajo

un 54.93% con un de acuerdo denota que efectivamente las capacitaciones influyen a la mejora laboral sumándose a esto un totalmente de acuerdo con 9.859% ambas escalas proyectan que más de 60% del personal aceptan las capacitaciones y las ponen en práctica. Por otra parte, un 26.76% opta por no estar de acuerdo ni en desacuerdo junto a él un total de 8.451% que se encuentra en un desacuerdo. a todo ello podemos inferir que a pesar de que existan diferencias por las capacitaciones influidas en el trabajo, existe una fuerte aceptación de ellas ya que más de la mitad del personal indica que es así. se concluye así que la capacitación tiene un alto nivel de aceptación, así como también dando la sumatoria de las escalas que están en desacuerdo y ni de acuerdo ni en desacuerdo hacen cerca de un 30% del nivel de disgusto.

Tabla 35

Cuadro del ítem 12

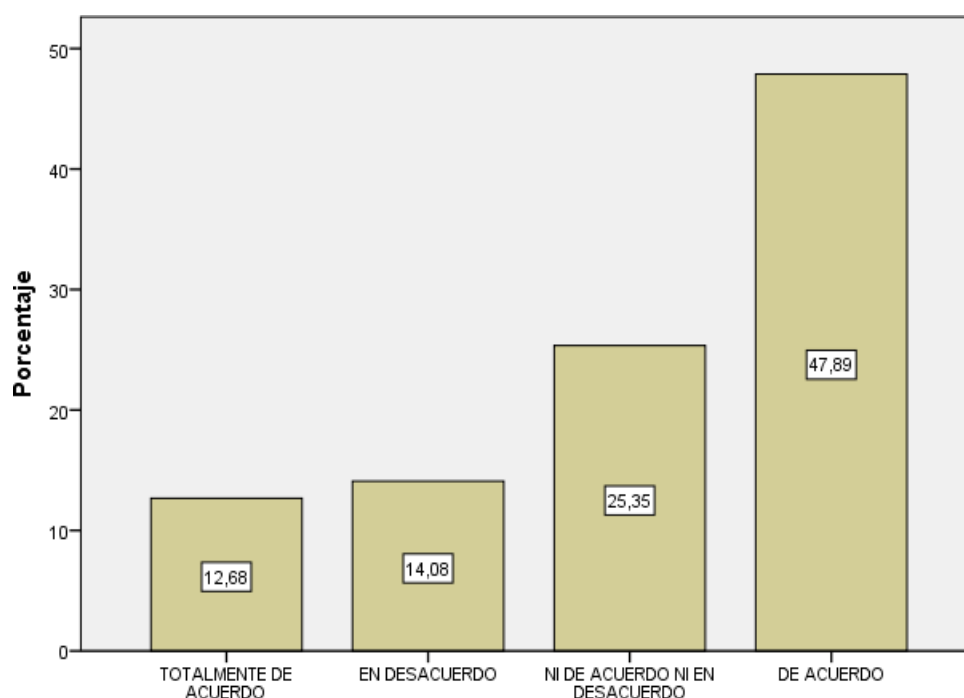
Las capacitaciones se orientan a mejorar tu desempeño profesional en general				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	9	12,7	12,7	12,7
EN DESACUERDO	10	14,1	14,1	26,8
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	18	25,4	25,4	52,1
DE ACUERDO	34	47,9	47,9	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 22

Gráfico del ítem 12, Las capacitaciones se orientan a mejorar tu desempeño

profesional en general



Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

Con respecto al ítem numero 12 Las capacitaciones se orientan a mejorar tu desempeño profesional en general se refleja que un 12.68% está totalmente de acuerdo con que las capacitaciones ayudan a una mejora y desempeño seguido a ello tenemos la escala de acuerdo con un 47.89% el cual proyecta una acogida de manera positiva siendo así casi un 50% del total de trabajadores quienes están de acuerdo. por otra parte, la escala de en desacuerdo proyecta un 14.08% sobre las capacitaciones no están orientadas hacia la mejora profesional del mismo modo un 25.35% indica que las capacitaciones no ayudan ni empeoran un desempeño profesional, al sumar estas dos escalas nos da un resultado de 39.4% casi una tercera parte del total de trabajadores. de esto podemos inferir que a pesar de las contradicciones que esto pueda generar está claro que se muestra satisfacción por parte de los trabajadores gracias a las capacitaciones que la cadena de cafetería pueda generar.

Tabla 36

Cuadro del ítem 13

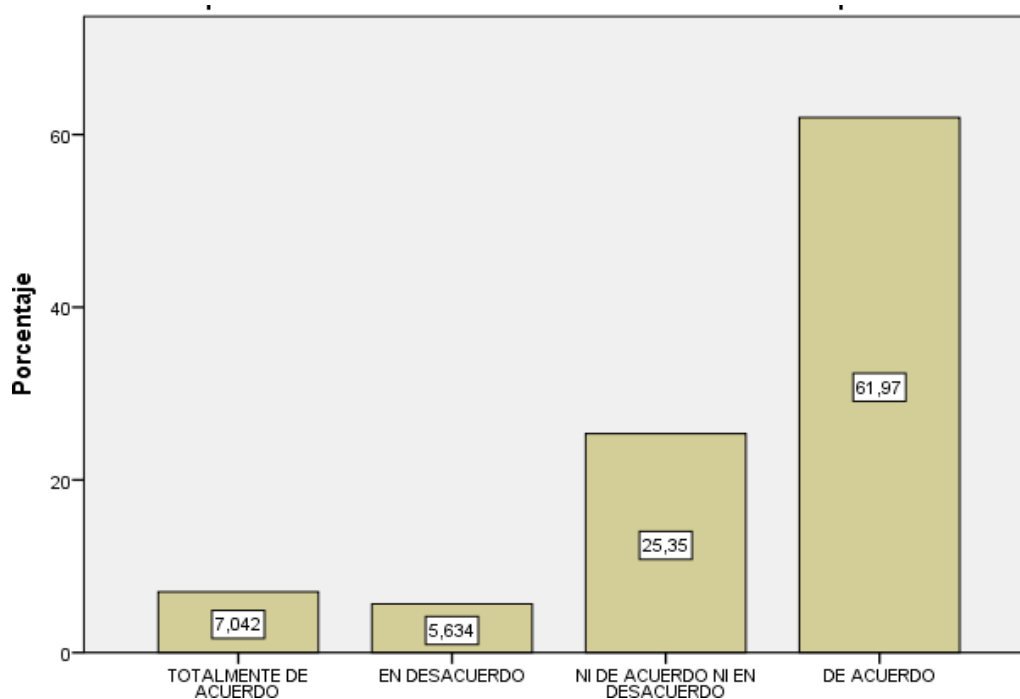
Las capacitaciones te motivan a familiarizarte con tu empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	5	7,0	7,0	7,0
EN DESACUERDO	4	5,6	5,6	12,7
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	18	25,4	25,4	38,0
DE ACUERDO	44	62,0	62,0	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 23

Gráfico del ítem 13, Las capacitaciones te motivan a familiarizarte con tu empresa.



Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

Respecto a la pregunta las capacitaciones te motivan a familiarizarte con tu empresa

podemos deducir que un 7.042% está de acuerdo con que las capacitaciones si motivan a familiarizarse con el lugar de trabajo así mismo un 61.97% está de acuerdo con ello esto generando más de un 50% a favor, esto quiere decir que es un resultado muy optimo ya que si pueden lograr familiarizar el trabajo empeño y trabajadores. por otra parte, un 25.35% opta por no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, juntado a esto la escala de ni de acuerdo ni en desacuerdo con un 25.35% hacen una sumatoria de un 31% en una posición en desacuerdo, apreciamos un nivel de disgusto relativamente bajo ya que más de la mitad de trabajadores si apoyan las capacitaciones y solo un pequeño grupo de 20% no está de acuerdo con él.

Tabla 37

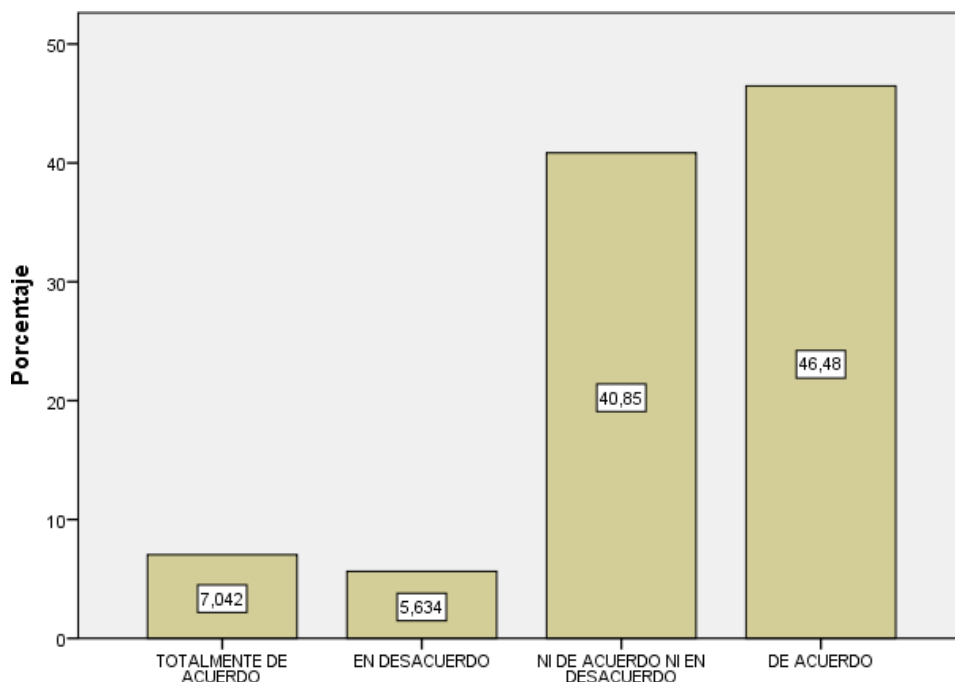
Cuadro del ítem 14

Estas familiarizado con los objetivos de la empresa				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	5	7,0	7,0	7,0
EN DESACUERDO	4	5,6	5,6	12,7
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	29	40,8	40,8	53,5
DE ACUERDO	33	46,5	46,5	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado

Figura 24

Gráfico del ítem 14, Estas familiarizado con los objetivos de la empresa.



Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

El ítem número 14 Estas familiarizado con los objetivos de la empresa Se pudo reflejar que un 46.48% está de acuerdo con que si se puede familiarizar a los trabajadores con los objetivos de la empresa esto denota una apreciación de manera positiva seguido a esto un 7.042% también está totalmente de acuerdo que un trabajador puede llegar a familiarizarse con la cadena de cafetería .por otra parte un 40.85% es decir casi una cuarta parte de la totalidad opto por no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo sumándole a ello un 5.634% los cuales no relacionan los objetivos de la cafetería con ellos haciendo una sumatoria de 46.5% cifra considerable ya que casi es la mitad de los empleados . aquí se puede apreciar que a pesar de que exista ciertas discrepancias sobre familiarizarse con los objetivos de la cafetería se muestra trabajadores comprometido con la empresa.

Tabla 38

Cuadro del ítem 15

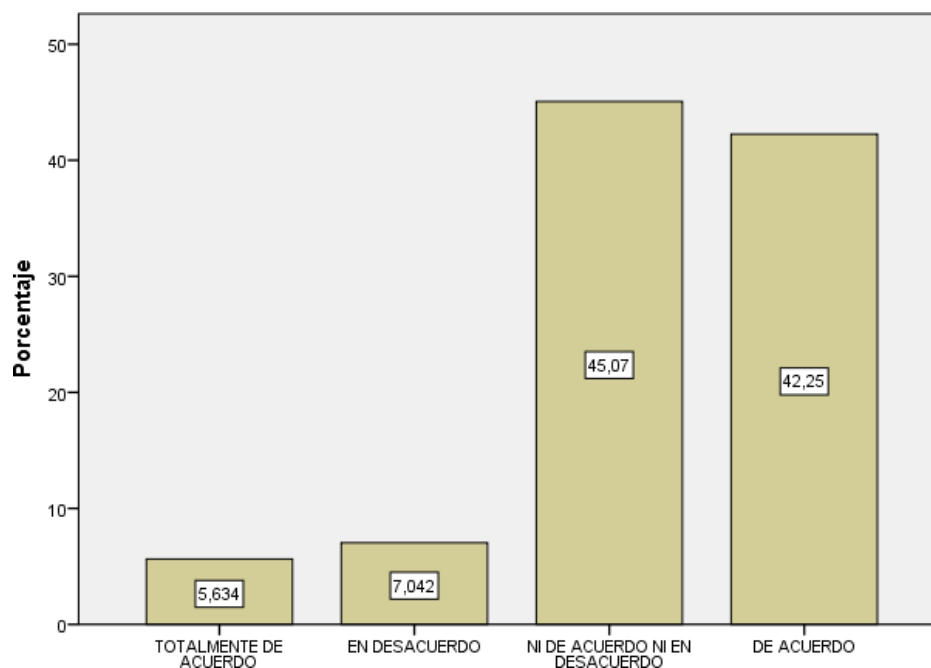
Los objetivos de la empresa los sientes como tuyos también

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	4	5,6	5,6	5,6
EN DESACUERDO	5	7,0	7,0	12,7
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	32	45,1	45,1	57,7
DE ACUERDO	30	42,3	42,3	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 25

Gráfico del ítem 15 Los objetivos de la empresa los sientes como tuyos también.



Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

Sobre la pregunta sobre si Los objetivos de la empresa los sientes como tuyos también se puede apreciar que en cuanto a los objetivos que tiene la empresa están

relacionados con los trabajadores del lugar. Asimismo, el 7.042% denotó estar en desacuerdo lo cual evidencia un bajo nivel de desagrado debido a que hay trabajadores los cuales están comprometidos con la empresa y se relaciona de tal manera que relaciona los objetivos de la empresa como suyos. Un 45.07%, es decir casi la cuarta parte del total de la muestra esta n una posición neutral entre los niveles de acuerdo y desacuerdo, si a eso le aplicamos el total de la suma de las 3 escalas negativas tenemos que casi el 52% de los colaboradores no sienten que los objetivos de la cadena de cafetería no guardan relación con ellos mismos. Pero, por otro lado, apreciamos que un apreciable 42.25% se muestra de acuerdo con dicha premisa, mientras que un 5.6% se muestra totalmente de acuerdo, ambas sumas dan un 48%, lo cual demuestra que a pesar de presentar algunas contrariedades en los objetivos plasmados; parte del personal están relacionados con el trabajo.

Tabla 39

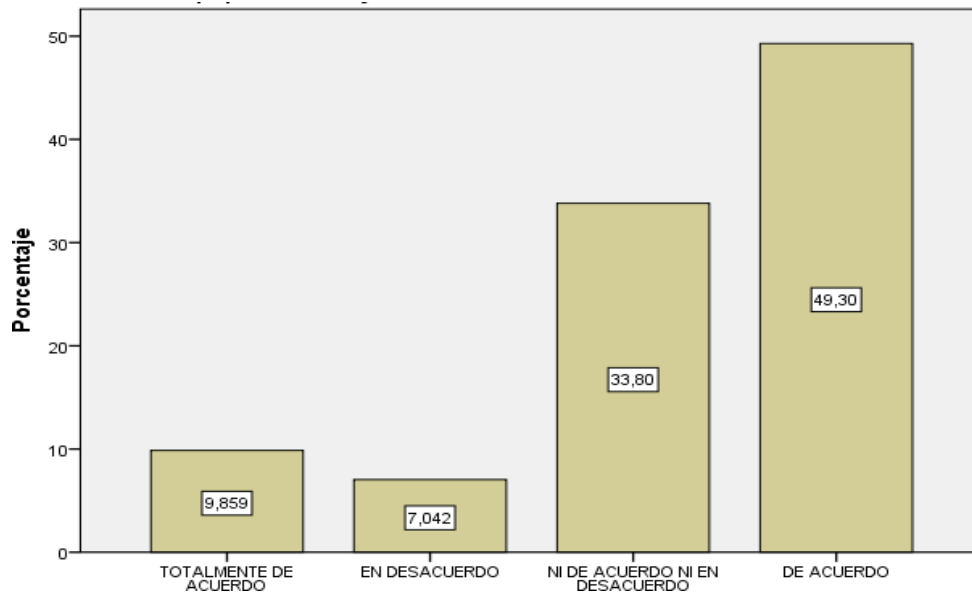
Cuadro del ítem 16

Tu equipo de trabajo en la cadena de cafetería es como una familia				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	7	9,9	9,9	9,9
EN DESACUERDO	5	7,0	7,0	16,9
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	24	33,8	33,8	50,7
DE ACUERDO	35	49,3	49,3	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado

Figura 26

Gráfico del ítem 16, Tu equipo de trabajo en la cadena de cafetería es como una familia.



Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

Con respecto a la pregunta Tu equipo de trabajo en la cadena de cafetería es como una familia. Un 9.859% está totalmente de acuerdo seguido a ello un 49.30% que equivale a casi un 50% del total indica que está de acuerdo con que todos los trabajadores de la cafetería son vistos como miembros de familia el resultado de ambas escalas brinda un alto nivel de aceptación por parte de los trabajadores ya que la gran mayoría se considera como un miembro esto quiere decir que están relacionados con la empresa, por otra parte un 7.042% se encuentra en desacuerdo puesto que no se considera como miembro de la cadena de cafetería así mismo se adiciona la escala de ni de acuerdo ni en desacuerdo con un 33.80%. esto nos da una visión apreciable de que un 50% si está relacionado como tal y el 50% solo asiste al trabajo por obligación. Con esto se da a demostrar cierta satisfacción por parte de los colaboradores de la cafetería.

Tabla 40

Cuadro del ítem 17

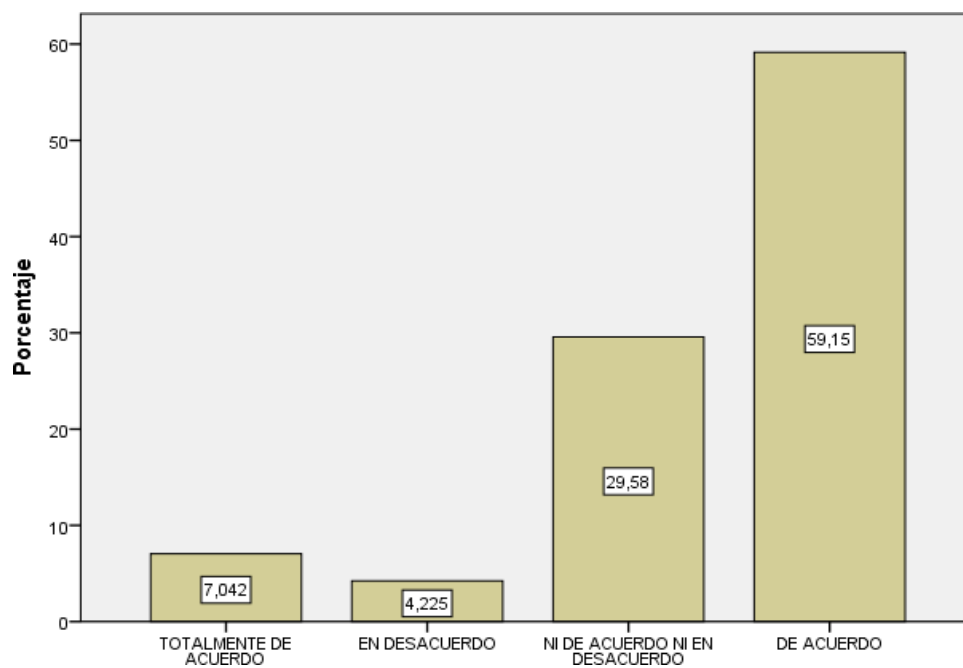
La calidad de vida laboral que te ofrece la empresa es motivadora para ti

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	5	7,0	7,0	7,0
EN DESACUERDO	3	4,2	4,2	11,3
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	21	29,6	29,6	40,8
DE ACUERDO	42	59,2	59,2	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 27

Gráfico del ítem 17, La calidad de vida laboral que te ofrece la empresa es motivadora para ti.



Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

Con respecto a la pregunta La calidad de vida laboral que te ofrece la empresa es motivadora para ti. Podemos apreciar que un 7.042% está totalmente de acuerdo con respecto a que la calidad de vida laboral que ofrece en este caso dicha cafetería

es óptima, así mismo refleja la escala de acuerdo con un 59.15% que es más del 50% del total de trabajadores que indican que la calidad de vida es un motivo para seguir en la empresa. Por otro punto un 29.58% se encuentra en un ni de acuerdo ni en desacuerdo en cuanto a la calidad de vida con relación a lo laboral seguido a esto encontramos un 4.225% del total que nos indica que la calidad de vida laboral que una empresa puede ofrecer no es un punto de motivación. Entonces podemos concluir que existen trabajadores los cuales no se sienten motivados por tener una buena calidad de vida dentro de su centro laboral, así mismo los trabajadores que tienen un óptimo ambiente será más productivo en una empresa.

Tabla 41

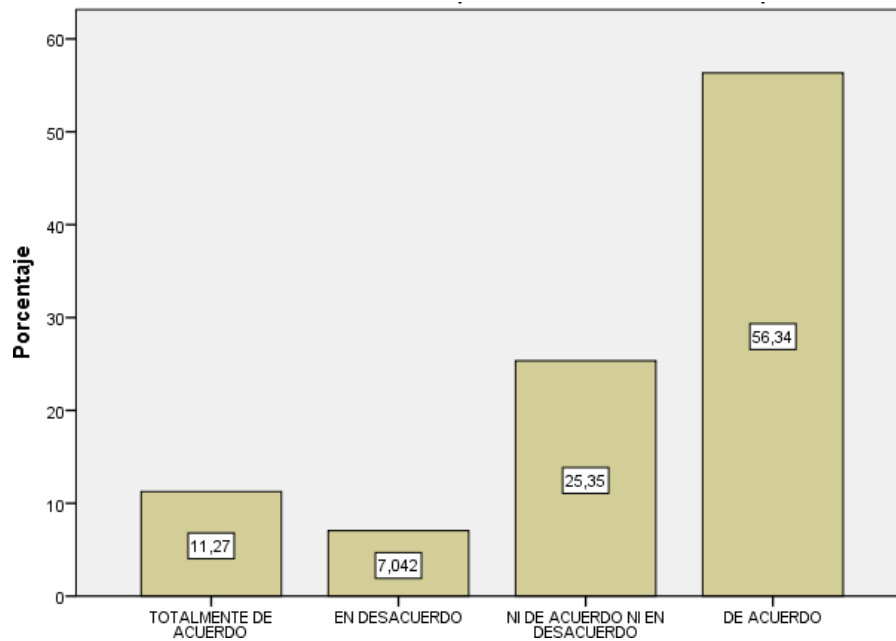
Cuadro del ítem 18

El trato de los comensales hace que te sientas bien en la empresa				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	8	11,3	11,3	11,3
EN DESACUERDO	5	7,0	7,0	18,3
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	18	25,4	25,4	43,7
DE ACUERDO	40	56,3	56,3	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 28

Gráfico del ítem 18, El trato de los comensales hace que te sientas bien en la empresa.



Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

Con el ítem El trato de los comensales hace que te sientas bien en la empresa se reflejó que el 11.07% está totalmente de acuerdo con que el trato que se le da a los comensales es una acción que denota sentirse bien en la cafetería, así pues, un 56.34%. Indica que está de acuerdo con que clientes traten bien a los trabajadores de esta empresa pues que eso ejerce un mejor manejo de público. Estas dos escalas hacen una sumatoria que equivale a casi un 50% del total. por otro lado se refleja un 7.042% en donde están en desacuerdo sumado a ello con la escala de ni en desacuerdo ni de acuerdo con un 25.35% el cual hace una referencia a casi una cuarta parte del total dicha muestra va de acuerdo con esta afirmación, que en sumatoria del 32.4% del total lo cual demuestra que a pesar de que existan ciertas diferencias en el servicio cliente trabajador la gran mayoría o parte de ella refleja una satisfacción en cuanto al trato de los comensales y el buen servicio de la empresa.

Tabla 42

Cuadro del ítem 19

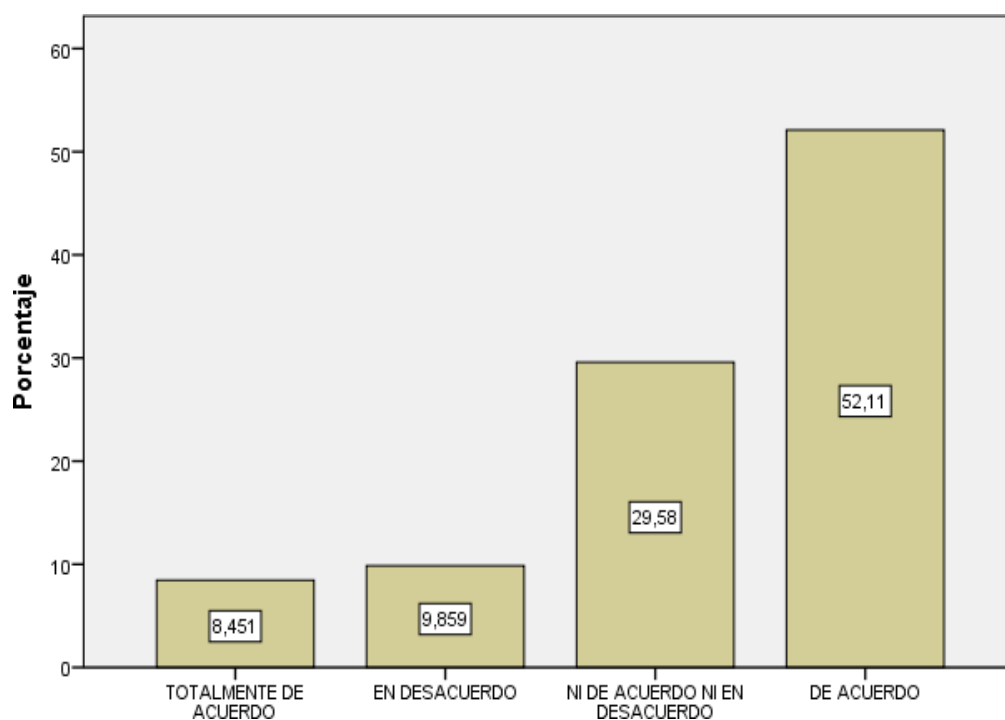
La imagen de la empresa ayuda a que los clientes tengan un buen trato con los con nosotros

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	6	8,5	8,5	8,5
EN DESACUERDO	7	9,9	9,9	18,3
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	21	29,6	29,6	47,9
DE ACUERDO	37	52,1	52,1	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 28

Gráfico del ítem 19, La imagen de la empresa ayuda a que los clientes tengan un buen trato con nosotros



Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

Para el ítem número 19 La imagen de la empresa ayuda a que los clientes tengan un buen trato con nosotros del total de los encuestados un 8.451% está totalmente

de acuerdo con que la imagen de la cadena de cafetería ayuda a que los clientes tengan un mejor trato con los trabajadores de la cafetería seguido a esto un 52.11% que equivale a más de la mitad del total está de acuerdo con que la imagen de la empresa es de ayuda tanto para el trato de los trabajadores como cliente bien tratado ambas escalas se asemejan a un 60% del total el cual es un resultado óptimo . por otro lado, está la escala de en desacuerdo con un 9.859% que refleja que la imagen de la empresa no colabora a que los comensales puedan tener un trato optimo con los trabajadores a esto, le sigue la escala de ni de acuerdo ni en desacuerdo con un 29.58% que hace reflejo de casi un 30% del total en donde se le es indiferente si la imagen de la cafetería ayude a una atención a relación de cliente trabajador.

Tabla 43

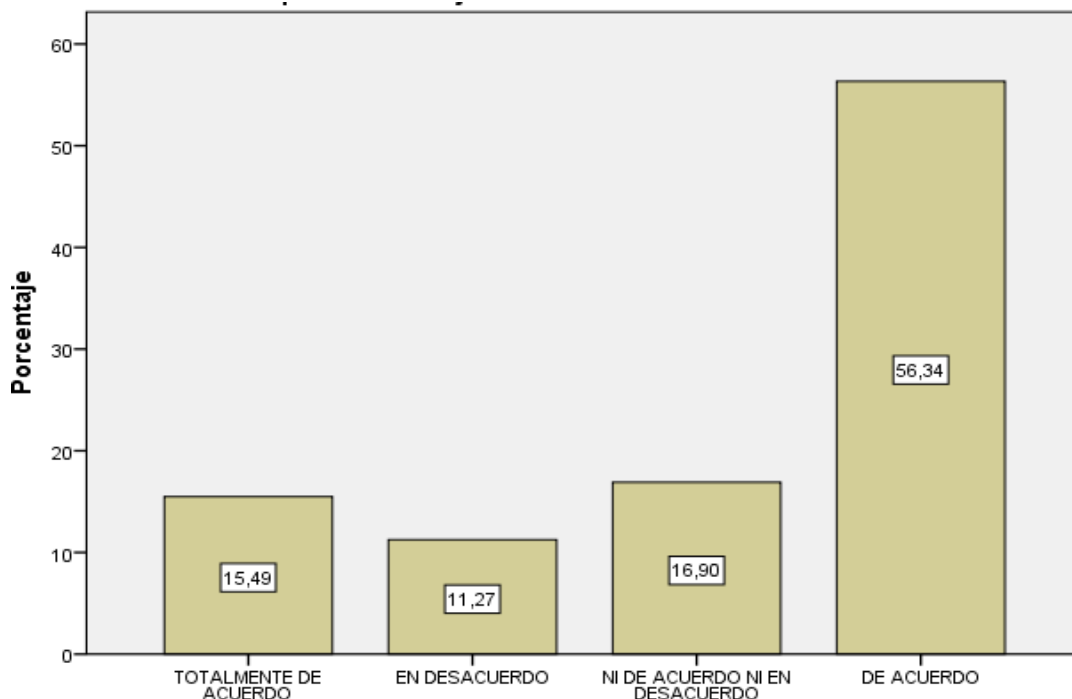
Cuadro del ítem 20

Estas motivado por dar la mejor atención a tus clientes de la cadena de cafetería				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	11	15,5	15,5	15,5
EN DESACUERDO	8	11,3	11,3	26,8
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	12	16,9	16,9	43,7
DE ACUERDO	40	56,3	56,3	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 29

Gráfico del ítem 20, Estas motivado por dar la mejor atención a tus clientes de la cadena de cafetería



Nota:

Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

En cuanto a la pregunta formulada como, Estas motivado por dar la mejor atención a tus clientes de la cafetería se pudo inferir que solo un 15.49% está totalmente de acuerdo con que está bien motivado brinda una mejora atención a los clientes de la cafetería. Así pues, un 56.34% indica estar de acuerdo sumando ambas escalas resulta más del 50% del total trayendo como respuesta una óptima que estar motivado ayuda a realizar un mejor desenvolvimiento respecto al trabajo. un 11.27% opto por no estar de acuerdo con que la motivación sea una pieza clave a la hora de realizar un servicio en tu centro de trabajo, seguido a esto esa la escala de estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con un 16.9% de total sumando ambas cifras, nos deriva al total de un 20% del total que indica no estar a favor sobre brindar la mejor atención en dicha cafetería.

Tabla 44

Cuadro del ítem 21

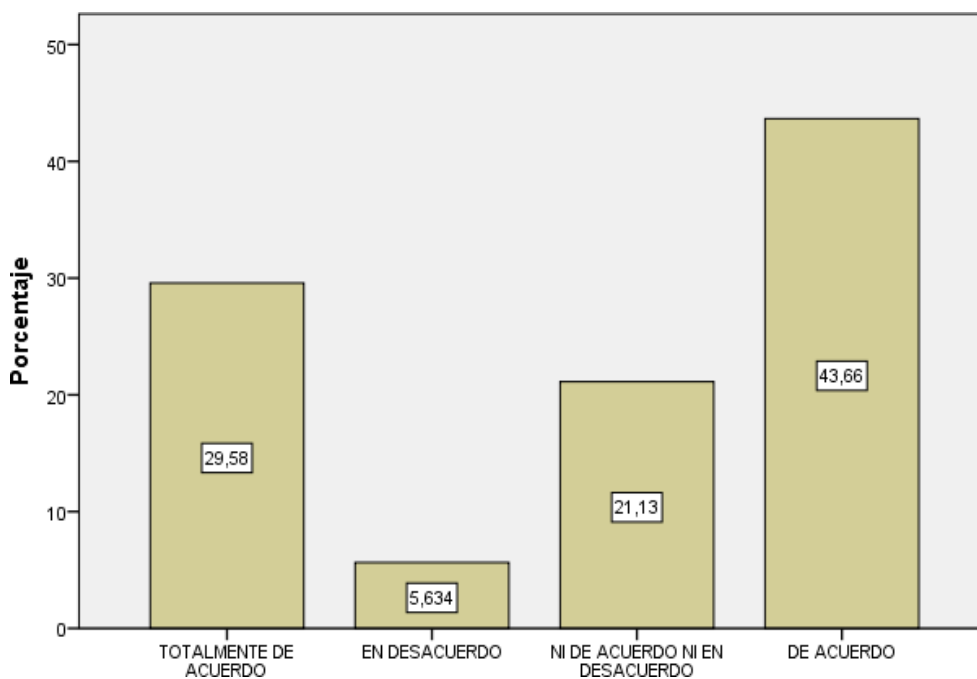
Estas motivado y satisfecho cada vez que tu cliente te dice que está feliz de que lo hallas atendido

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	21	29,6	29,6	29,6
EN DESACUERDO	4	5,6	5,6	35,2
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	15	21,1	21,1	56,3
DE ACUERDO	31	43,7	43,7	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 30

Gráfico del ítem 21, Estas motivado y satisfecho cada vez que tu cliente te dice que está feliz de que lo hallas atendido.



Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

Sobre la pregunta de Estas motivado y satisfecho cada vez que tu cliente te dice que está feliz de que lo hallas atendido. Nos brinda 4 respuestas variadas entre ellas con

una escala de totalmente de acuerdo con un 29.58% de aceptabilidad en el tema de estar motivado cada vez que un cliente es atendido y que luego exprese su felicidad por el simple hecho que tú lo atendiste a esto le sumamos. Otra escala es la de acuerdo que con 43.66% del total , esto equivale a optima apreciación sobre el estar motivado y satisfecho cada vez que el cliente diga de lo contento que puede estar por el hecho de que lo has atendido , ambas escalas hacen referencia a un 50% del total de encuestados , así mismo un 21.13% de los encuestados respondieron que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con la motivación que pueda generar un cliente que está feliz de que tú lo atiendas junto con ello la escala de en desacuerdo con un 5.634% de los encuestados esto quiere decir que estamos registrando una cantidad de trabajadores los cuales se le es indiferente la cordialidad que pueda reflejar.

Tabla 45

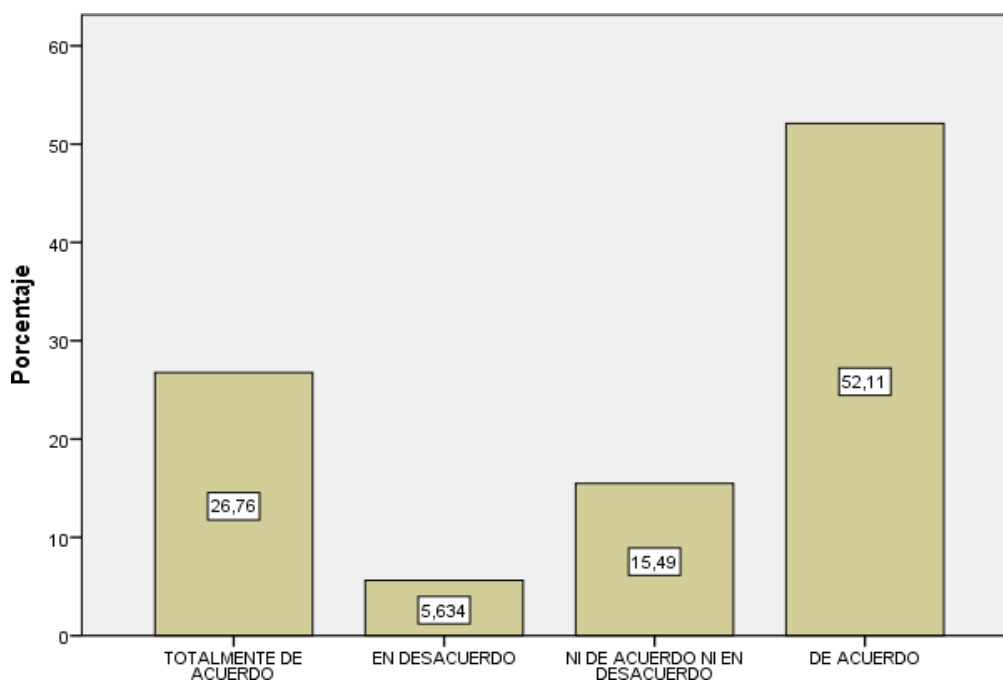
Cuadro del ítem 22

Tu cliente se va con una buena imagen de tu empresa gracias a ti				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	19	26,8	26,8	26,8
EN DESACUERDO	4	5,6	5,6	32,4
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	11	15,5	15,5	47,9
DE ACUERDO	37	52,1	52,1	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 31

Gráfico del ítem 22, Tu cliente se va con una buena imagen de tu empresa gracias a ti



Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

En cuanto a la interpretación de Tu cliente se va con una buena imagen de tu empresa gracias a ti se puede apreciar que un 26.76% del total de encuestados efectivamente si indica que el cliente se va gustoso dando una buena imagen de la empresa gracias a la atención brindada que este tuvo a esto se le suma un 52.11% el cual indica ser más de un 50% del total de los encuestados entonces por ello se puede inferir que un cliente si se puede ir contento con una buena imagen de tu empresa gracias a tu atención brindada de ese momento. Por otra parte, un 5.634% indica que está en desacuerdo con que el cliente se valla con una buena imagen de la cafetería por el buen trato que le brindaste acompañado esta escala le sigue la de ni de acuerdo ni en desacuerdo con un 15.49% que indican que no están ni a favor ni en contra de dicha premisa la cual tiene como finalidad la influencia de la motivación concluyendo así que más de la mitad está de acuerdo con que un cliente debe irse feliz con la atención de que un colaborador le atienda de manera eficiente.

Tabla 46

Cuadro del ítem 23

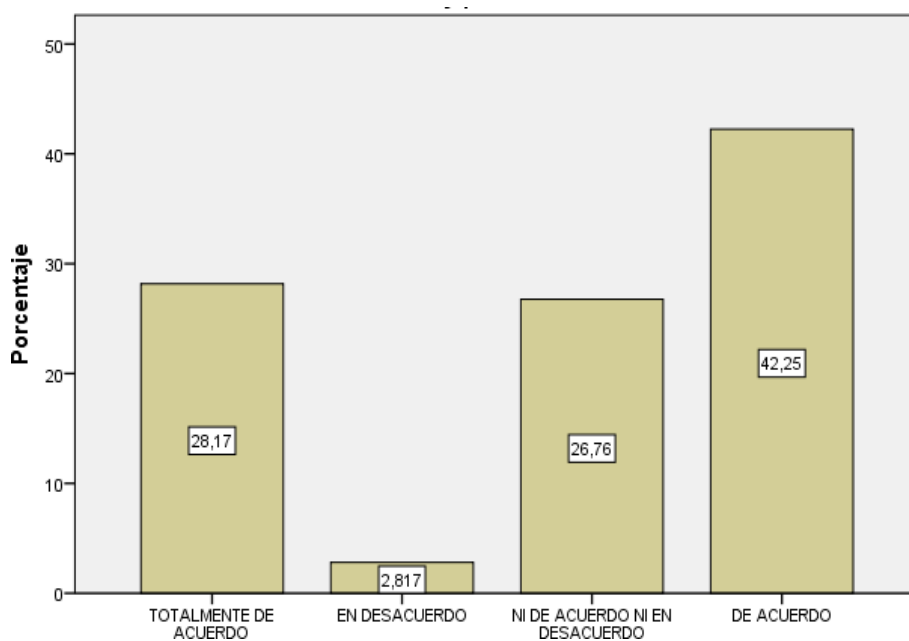
Los clientes fidelizados se deben al esfuerzo al momento de la atención en servicios y productos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	20	28,2	28,2	28,2
EN DESACUERDO	2	2,8	2,8	31,0
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	19	26,8	26,8	57,7
DE ACUERDO	30	42,3	42,3	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 32

Gráfico del ítem 23, Los clientes fidelizados se deben al esfuerzo al momento de la atención en servicios y productos.



Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

Con respecto a la pregunta Los clientes fidelizados se deben al esfuerzo al momento de la atención en servicios y productos figura un 28.17% de los encuestado que está

totalmente de acuerdo con que los clientes que son fidelizados o ya estén fidelizados es por el esfuerzo que tiene un trabajador al momento de atenderlo. En consecuencia, a ello un alto porcentaje de escala con un 42.25% está de acuerdo con dicha premisa de que los clientes se vallan felices y así serlos fidelizados sumando estas dos escalas podemos inferir que más de un 50% de los encuestados están de acuerdo con que los clientes fidelizados son productos de una buena y constante atención. Así mismo un 26.76% del total indica que no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo con respecto a la fidelización de clientes generada por una buena atención posterior a ello hay un 2.817% de encuestados que están en desacuerdo con dicha premisa.

Tabla 47

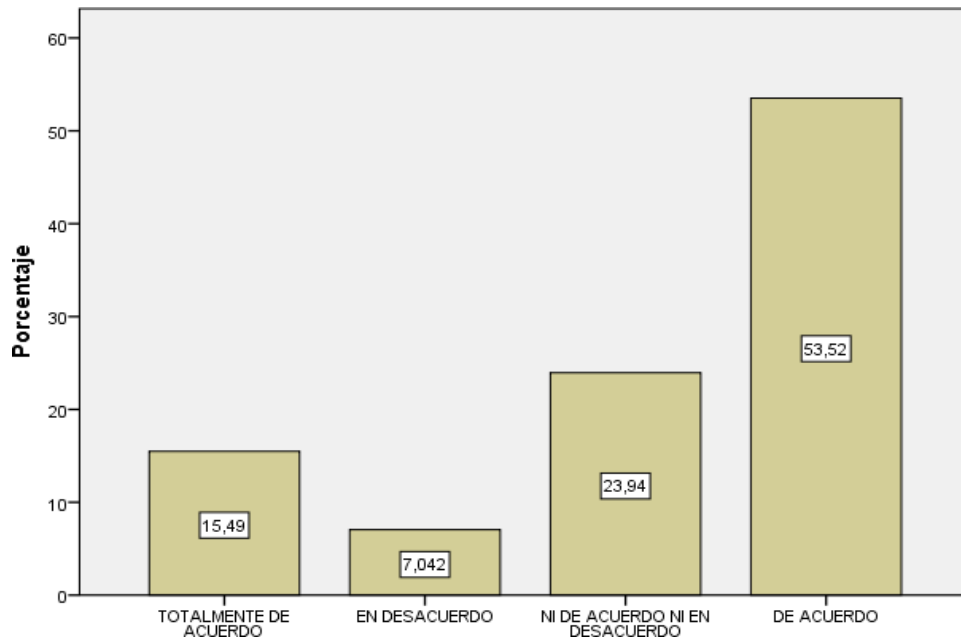
Cuadro del ítem 24

Te motiva saber que tu empresa requiere de tus servicios				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	11	15,5	15,5	15,5
EN DESACUERDO	5	7,0	7,0	22,5
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	17	23,9	23,9	46,5
DE ACUERDO	38	53,5	53,5	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 33

Gráfico del ítem 24, Te motiva saber que tu empresa requiere de tus servicios.



Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

En referencia a la pregunta Te motiva saber que tu empresa requiere de tus servicios se pudo apreciar que un 15.49% se encuentra totalmente de acuerdo en cuanto a la motivación que tiene el servicio para tu empresa. Por otra parte, un 53.52% de los encuestados prefirieron estar de acuerdo con que la motivación optima entre trabajador y trabajo sea buena. Así mismo. También un 23.94% del total optaron por estar ni de acuerdo ni en desacuerdo respecto puesto una empresa siempre va a requerir de los servicios de los trabajadores y así como un 7.042 está en desacuerdo con dicha premisa ya que estos no se sienten en compromiso con la cafetería.

Tabla 49

Cuadro del ítem 25

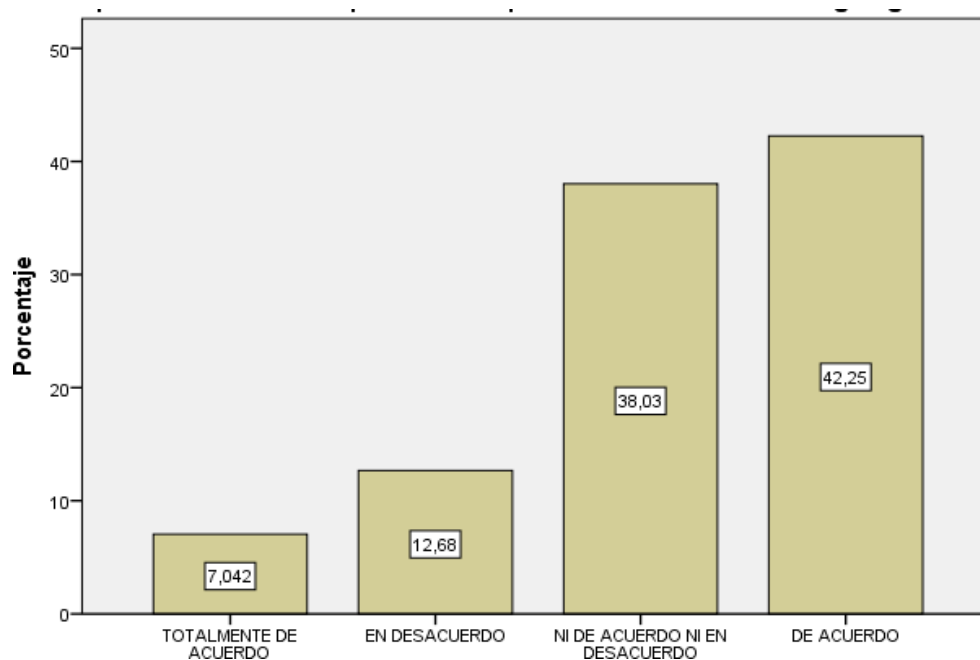
La empresa te demuestra que eres una pieza fundamental en el organigrama.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	5	7,0	7,0	7,0
EN DESACUERDO	9	12,7	12,7	19,7
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	27	38,0	38,0	57,7
DE ACUERDO	30	42,3	42,3	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 34

Gráfico del ítem 25, La empresa te demuestra que eres una pieza fundamental en el organigrama



Nota: Fuente, Encuesta del investigado

Interpretación:

Sobre la pregunta La empresa te demuestra que eres una pieza fundamental en el organigrama del total de los encuestados se aprecia que un 42.25% está de acuerdo

con respecto a que la cadena de cafetería considera que ellos son parte fundamental de negocio seguido esto un 7.042 indica que está totalmente de acuerdo con dicha premisa ya que sin trabajadores una empresa no podría salir adelante , a la sumatoria de estas dos escalas da un equivalente a un 45% del total que respondió de manera positiva en cuanto a ser una pieza clave en el trabajo , por otro lado se reflejó que un 12.68% del total que equivale a un 20% que indica que está en desacuerdo por ende no se siente identificado con la cafetería seguido a esto un 38.03% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo haciendo la sumatoria de estas escalas negativas dan un total de 50.7% el cual denota un alto nivel en desacuerdo con tal premisa y por otra parte hay un 50% de encuestados a favor es decir la mitad de su totalidad está de acuerdo en ser una pieza fundamental en la cafetería mientras que el 50% piensa que solo es un trabajador más.

Tabla 50

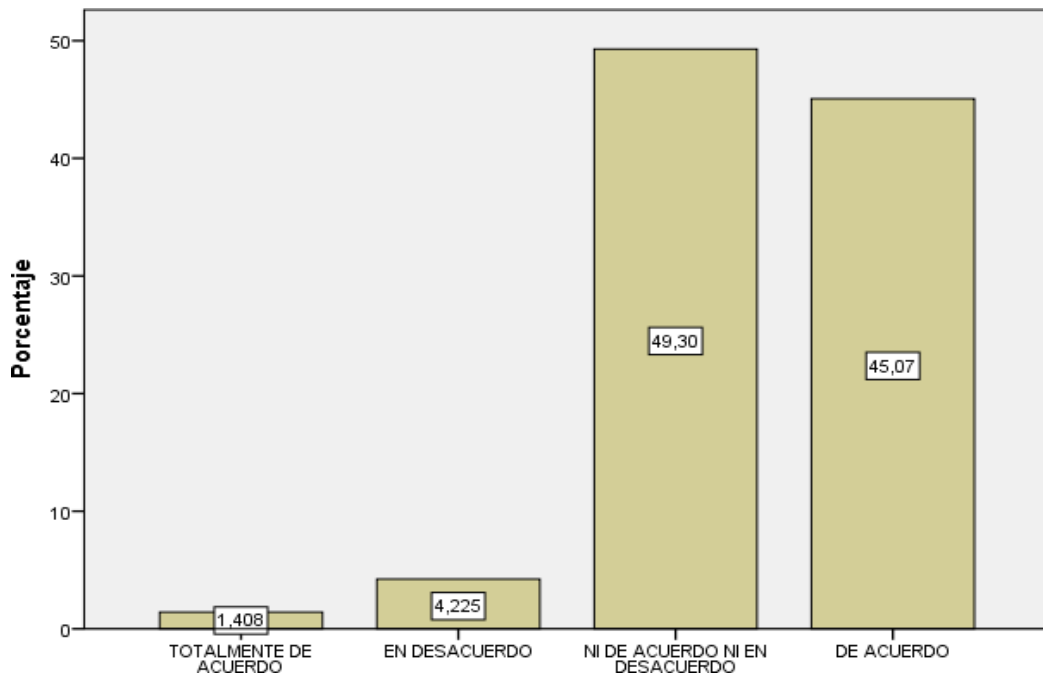
Cuadro de ítem 26

Estas familiarizado y comprometido con los objetivos de la empresa				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	TOTALMENTE DE ACUERDO	1	1,4	1,4
	EN DESACUERDO	3	4,2	5,6
Válidos	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	35	49,3	54,9
	DE ACUERDO	32	45,1	100,0
	Total	71	100,0	100,0

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 35

Gráfico del ítem 26, Estas familiarizado y comprometido con los objetivos de la empresa



Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

Con respecto a la premisa numero 26 apreciamos que un apreciable 49.30% no está de acuerdo ni en desacuerdo con respecto a estar familiarizado con la cafetería es por ello que no ejercen de una manera óptima su labor a esto se le adjunta un 4.225% que enfatiza que no está de acuerdo en estar familiarizado con la visión que la empresa tenga en ese momento al sumar las dos escalas negativas tenemos que casi el 50% puede ver que la cafetería Lucio cuenta con dificultades de compromiso en los trabajadores, por otra parte hay un 1.408% que está totalmente de acuerdo y se encuentra comprometido y familiarizado con los objetivos de la empresa así como un 45.07% está en una posición de acuerdo la sumatoria de ambas nos resulta que un 40% del total se encuentra vinculado con la empresa así mismo el compromiso debido.

Tabla 51

Cuadro de ítem 27

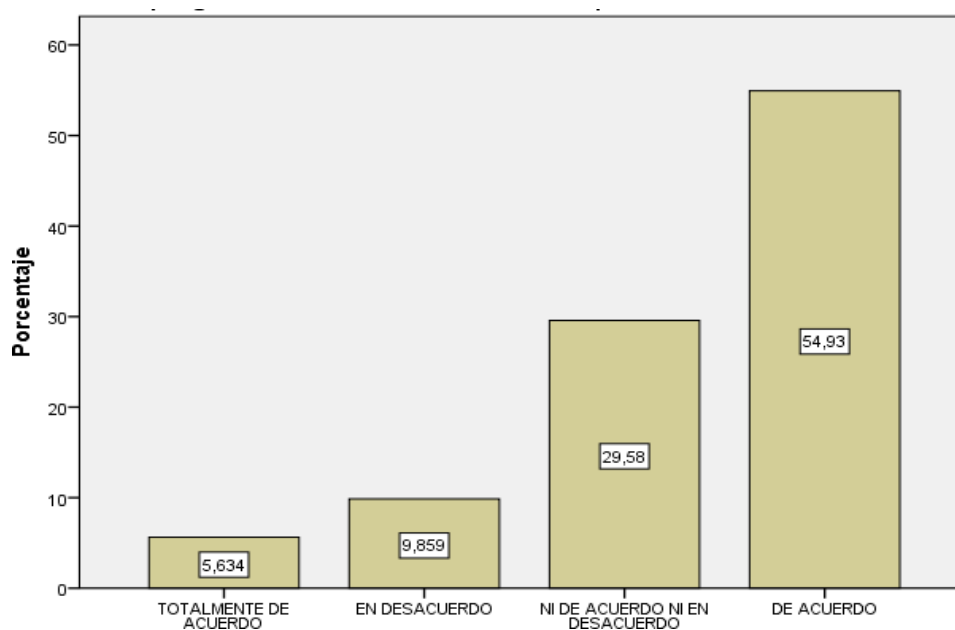
Haz progresado laboralmente de manera positiva en la cadena de cafetería

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE DE ACUERDO	4	5,6	5,6	5,6
EN DESACUERDO	7	9,9	9,9	15,5
Válidos NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	21	29,6	29,6	45,1
DE ACUERDO	39	54,9	54,9	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Figura 36

Gráfico del ítem 27, Haz progresado laboralmente de manera positiva en la cadena de cafetería en Miraflores.



Nota: Fuente, Encuesta del investigado.

Interpretación:

Sobre la pregunta haz progresado laboralmente de manera positiva en la cafetería un alto porcentaje de escala 54.93% está de acuerdo con ello, entonces casi un 50% del total de los encuestados siente que ha progresado de una manera positiva en la

empresa ya que refleja un alto índice de respuesta óptima. De igual manera con la escala de totalmente de acuerdo que con un 5.634% indica su total conformidad respecto al progreso laboral que la cafetería le ha brindado. así mismo un 29.58% indica que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con respecto al progreso que se da en Lucio de manera que no se sienten identificados con tal ítem. sumando ambas cifras de carácter negativo hace referencia a un 30% de los encuestados que no guardan relación alguna con la empresa ya que no sienten un progreso laboral estando en ella.

DISCUSIÓN

La finalidad de este trabajo de investigación fue determinar el nivel de la motivación intrínseca a base de cuatro dimensiones los cuales son involucramiento,

desempeño, identificación y orientación a la meta. seguido a ello se utilizó el instrumento del cuestionario el cual estuvo constituido por 27 ítems los cuales se basaron en las preguntas específicas para obtener los mejores resultados en la investigación. En donde se halló según resultados, dificultades las cuales en su mayoría son por parte del personal al momento de ejercer su labor. Ya que se refleja cierta incomodidad en la cadena de cafetería, esto se debe a que no hay un vínculo de total responsabilidad por parte de la gran mayoría de colaboradores, ya que en las respuestas de la encuesta que se llevó a cabo respuestas como, falta de compromiso, falta de flexibilidad y reconocimiento son las principales causas que la cadena de cafetería del distrito de Miraflores está pasando.

Para ello la motivación intrínseca es una motivación la cual toma mucha importancia ya que en el ámbito laboral ha de ser imprescindible puesto que, es algo que da iniciativa para realizar cualquier acción laboral, es por ello, que es muy importante ya que, es un gran aliado contar con trabajadores que poseen dicha motivación así mismo, son un plus al momento de realizar sus tareas diarias esto quiere decir que, lo realizara con la mayor empatía y dedicación. Esto lo corrobora Rivera (2014) quien indica que la motivación intrínseca fluye al momento de satisfacer las necesidades que una persona necesita así mismo, se da al momento del trabajo en donde realizar su labor sea de iniciativa propia y como resultado su satisfacción personal del poder realizarlo.

Entonces para los trabajadores es indispensable contar con dicha motivación intrínseca de manera que el compromiso y relación que se pueda dar, será como resultado de un trabajo en donde se tiene iniciativa propia. Da un resultado mucho más satisfactorio que el trabajado mandado o realizarse por obligación con respecto a ello Kenneth (2005) considera que la importancia de esta motivación se da en el sentido laboral ya que resulta ser un gran aliado indirecto con grandes resultados satisfactorios en este caso.

Con respecto a la variable motivación intrínseca que se desarrolla en la cadena de cafetería del distrito de Miraflores se aprecia que, de tema fundamental para el buen desenvolvimiento de los trabajadores de aquel lugar, según los resultados de la encuesta que se aplicó se obtuvo como resultado que la motivación intrínseca consta

de un 77% de los trabajadores de dicha cadena de cafetería indican que la motivación intrínseca es desde un nivel medio hasta bajo el cual, es un porcentaje importante ya que, es la gran mayoría no cuenta con ello y como tal no hay un equilibrio en donde estos trabajadores se destaquen de una manera apta.

Muy aparte de eso solo un 23% aprecia que si existía tal motivación quiere decir que más de la mitad de los colaboradores no se encuentran con tal motivación. Si bien es cierto, esta motivación depende mucho de la persona esto lo respalda Fischer, Malycha y Schafmann (2019) ya que son ellos quienes indican que esta motivación nos ayuda con tener la creatividad suficiente para realizar las labores determinadas de un modo agradable ya que la finalidad es que se realice con total optimismo y voluntad que es lo principal.

Esto puede reflejar un punto débil hacia dicha cafetería, esto relacionado con lo anterior previene que se tiene que trabajar mucho en ello. Además, podemos destacar que si ese pequeño porcentaje si tiene la iniciativa de tal motivación también se puede trabajar con el resto esto para que a la hora de realizar sus tareas diarias como colaborador sea más efectiva y eficiente ya que se denota que el resto de los trabajadores solo están trabajando ya sea por obligación o por un factor monetario.

En cuanto a los antecedentes , las principales diferencias u omisión de contexto que se pudo encontrar al momento de realizar el contraste con el presente trabajo de investigación fueron las siguientes ; empezando con la investigación de Villarreal (2016), ya que no está enfocado en solo una variable si no con dos , por otro lado al estudio de dos variables lo hace menos específico de esta manera no hace tan preciso la variable de "motivación intrínseca" que es importante para esta investigación ya que lo que se busca es obtener la mayor información posible así como también sea de manera actual.

Con respecto a Pino y Domínguez (2014), lo que busco en este caso es relacionar la motivación intrínseca y la extrínseca la cual no es dable ya que ambas motivaciones son distintas ya que la motivación extrínseca es aquella que siempre busca una recompensa a cambio de su trabajo mientras que la otra motivación tiene

como finalidad la realización de satisfacer una necesidad de servicio, sin embargo, no se encontró mucha información acerca de la motivación intrínseca en este artículo, debido a que la muestra fue dirigida hacia adolescentes menores de 18 años los cuales no están enfocados en realizar una motivación intrínseca de manera laboral, por ende, no cuenta con una investigación específica sobre la parte laboral solo lo hace de forma general esto limitando a la investigación de mi trabajo ya que la información que se da es un poco limitada.

Pérez, Cedillo y Calle (2019). en su artículo el busco la satisfacción de clientes mediante la motivación intrínseca que es generada por sus trabajadores, en este caso mi trabajo se enfoca en la misma motivación, sin embargo, busca como incorporarla en los trabajadores de manera que como resultado ejecuten bien su labor diaria, lo cual denota que el artículo está redactado de manera básica hacia el concepto que se busca profundizar, en este caso como resultado indica ser muy general y a la vez con conceptos con definiciones de una óptima más generalizada, esto impide que la información hallada sobre la motivación intrínseca sea mínima, por ende no se puede profundizar a fondo con conceptos a base de ese artículo, sin embargo se encontró también conceptos con definiciones exactas. Por otro lado, tenemos a Sánchez (2018) quien cuenta con dos variables, dos tipos de motivación extrínseca e intrínseca el cual indica que tanto los conceptos como definiciones no son tan específicas ya que es más información que proporcionar en tanto mi trabajo solo consta de una variable en donde se refleja que el estudio de ella es más precisa, así mismo, su investigación es mixta en este caso mi trabajo es de manera cuantitativa haciendo de ello los resultados más precisos ya que a través de los cuestionarios dan respuestas más rápidas.

Como se expuso antes, se trabajó con cuatro dimensiones para así saber medir la motivación intrínseca que tienen estos colaboradores de dicha empresa para esto se tomó en consideración la colaboración de estos ya que son la base para llevar a cabo dicha encuesta, en este caso.

En cuanto a la dimensión de involucramiento hizo reflejo de algo no tan favorable ya que más de un 70% muestra un nivel desde medio hasta bajo, esto quiere decir que

gran parte del equipo de dicha cadena de cafetería no se siente involucrada con su trabajo ni la labor que realiza a diario así mismo, se demuestra que interés que dichos trabajadores por la empresa es mínima si bien es cierto, hay personal comprometido como tal, pero es mínimo en pocas palabras la cadena de cafetería no cuenta con un involucramiento por parte de su equipo de trabajo con relación a los objetivos que esta empresa pueda plantear. Y si gran parte de los colaboradores de la cadena de cafeterías no están involucrados con su trabajo al 100% como consecuencia es una gran ausencia de trabajo en equipo ya que la visión de la empresa se dará con el aporte de todos los colaboradores.

Esto puede ser producto de no manejar un buen clima laboral, para Cardona, Zambrano (2014) es una percepción desde el trabajador hacia su labor ejercida en donde intervienen factores tanto social como laboral es la estabilidad que un trabajador puede encontrar de manera augusta en su empresa.

Por otro lado, se puede inferir que dentro de los ítems encontrados en dicha dimensión tanto la responsabilidad, compromiso y la misma motivación son de un nivel bajo ya que indican ausencia de lo mencionado y solo un 27% indica que si tiene involucramiento con la cafetería, es por ello que Vaca (2017) nos habla sobre la motivación en cómo puede inducirnos en cuanto a las acciones que se da para realizar los objetivos que se tiene en mente, de modo que se tiene que trabajar en el involucramiento aplicando la motivación para la mejora de esto.

En cuanto a la segunda dimensión que es desempeño y el objetivo específico sobre determinar el nivel de este el resultado que se obtuvo fue que más de la mitad de trabajadores no se están desempeñando con el nivel adecuado que debería ser.

Esto no es nada favorable para la empresa ya que en la primera dimensión también predomino la parte no favorable, esto se debe a que la mayoría de los trabajadores que fueron encuestados no presentan una respuesta la cual sea del todo positiva si no que por el contrario según los resultados más del 50% indica cierta indecisión puesto que está en un nivel medio.

En este caso Vera y Collins (2018) quien nos habla sobre la teoría del servicio indican que para ejecutar un trabajo que requiera de "servicio" debe ir de la mano con el

tema de vocación de servicio y ya que esto es una cadena de cafeterías el desempeño que tienen que demostrar los trabajadores debería ser alto ya que son estos los que se deben a un público por el cual deben tener exigencias por los mismos consumidores del local.

En la tercera dimensión la cual es identificación y sobre esta tal recae el problema específico acerca de saber cuál es el nivel que se maneja en dicha cafetería sobre la identificación, lo cual, como respuesta según los resultados del cuestionario y los resultados que fueron explicados anteriormente no son favorables, ya que, el 50% denota que la identificación que se da en un nivel medio por ende las opiniones que brindaron los encuestados son negativas en varios ítems lo cuales están relacionados con la dimensión. Un factor que puede intervenir en esta dimensión es la que explica Marín, Ruiz & Henao (2016) quien nos explica sobre la motivación laboral, este detalla que dicha motivación es de nivel psicológico por consecuencia es algo interno y con iniciativa de la propia persona, por ende, se puede inferir que en la cadena de cafeterías existe cierta ausencia por la motivación laboral es por ello que la gran parte de los trabajadores no se sienten identificados con empresa ya que no tienen una relación como tal.

No obstante, al igual que las otras dimensiones son factores los cuales son manejables unos más fáciles que los otros, ya que Naranjo (citado en Araya y Pedreros, 2010) nos habla que hay tres motivos por las cuales las personas de forma general buscan la satisfacción de realizar sus necesidades el cual es afiliación, el poder y el logro.

Esto permitirá obtener un enfoque de identificación, pues a través de la realización de sus tareas laborales dentro de su centro de trabajo podrán realizar estas necesidades y como resultados estos trabajadores se sentirán satisfechos con su labor realizada puesto que tienen una meta que realizar.

Finalmente, la última dimensión el cual lleva el nombre de orientación a la meta que respecta a la parte de compromiso y fidelidad que el trabajador debe tener con su trabajo sin embargo según los resultados indica que solo un tercio del total de los encuestados asume dicha dimensión en relación a su trabajo, un 33% indica que la

orientación a la meta que se maneja es de nivel bajo, así mismo. más de la mitad de los trabajadores indican que no se está ejerciendo dicha orientación.

Así mismo en varios indicadores que están en relación con la dimensión de orientación a la meta de la cadena de cafeterías tuvieron un criterio de manera negativa ya que a la falta de orientación no existe compromiso alguno con su lugar de trabajo.

Es notable aquí que existan el motivo monetario y no el de compromiso. así como lo explica Rivera (2014) quien nos habla sobre la motivación intrínseca e indica que al estar dicha motivación en nuestro interior esta puede llegar a tomar un mayor impulso cuando se trata de realizar cualquier tipo de servicios acotando a ello que la cafetería se debe a un público entonces, la motivación intrínseca se tiene que influir de una manera indirecta dando a los trabajadores ese empuje de querer realizar las cosas y manteniéndolos felices es así que la orientación a la meta surgirá y el trabajo en equipo se dará esto también trae consecuencias positivas, puesto que, si el equipo laboral consta con una orientación a la meta que son los resultados mensuales que puede tener la cafetería, esta será aún más productiva y los resultados al final serán los mejores ya que todo el equipo está enfocado en dicha meta. Esta dimensión toma un enfoque personal también ya que tener dicha orientación es la afinidad que se puede lograr a tener en este caso Fernández (2017) nos detalla que la motivación intrínseca está relacionada a los sentimientos, así como la necesidad de querer satisfacer lo proyectado.

De esta manera se llega a la conclusión que es de suma importancia ejercer la motivación intrínseca porque contribuye a un buen manejo de compromiso y coordinación que se tiene en relación a empresa colaborador. Así mismo la empresa debe dar mayor importancia en dar solución a los problemas internos en base al equipo de trabajo para que de esa manera todos vallan a un mismo ritmo. se puede concluir que la variable motivación intrínseca seguido de las dimensiones son factores claves los cuales se debe tener presente al momento de dirigir una empresa el cual se requiere de personal para el servicio porque de no resultar apto el equipo de trabajo la empresa podría tener problemas.

V. CONCLUSIONES

La motivación intrínseca de la cadena de cafeterías es de nivel bajo puesto que más de un 50% de los trabajadores respondieron ante las encuestas que dicha motivación no es influenciada al momento de ir a trabajar, una gran mayoría indica que es escasa por ende es la motivación intrínseca es limitada en ese lugar. Esto se debe

a que el compromiso con relación hacia trabajadores con su labor que realizan no es de total compromiso así mismo, un factor que involucra esto es la coyuntura que se está pasando en la actualidad ya que a reducción de personal y mayores restricciones.

El nivel de involucramiento en la cadena de cafeterías es de nivel medio a bajo ya que, según los resultados gran parte del equipo de trabajo no se siente involucrado con su empresa esto a causa de no sentirse en un ambiente laboral agradable y un constante equipo en donde puedan realizarse como profesionales o ascender a una línea de carrera.

El nivel de desempeño que se desarrolla en la empresa es de nivel bajo, esto se debe a que los trabajadores no están enfocados en su 100% en sus labores diarios, sintiéndose obligados a realizarlo por un fin monetario, mas no por llegar a los objetivos como trabajo en equipo a las metas de la cadena de cafetería.

El nivel de identificación de la cadena de cafetería es bajo ya que gran parte del personal no se siente identificado con la empresa esto se debe a que hay colaboradores los cuales al ejercer su trabajo no sienten fijación de sus propias metas y por consecuencia los aportes que se darán en su tiempo de labor será poco óptimo.

VI. RECOMENDACIONES

La cadena de cafetería tendría que implementar un manual en donde está a detalle la función que ejerce cada puesto o área de trabajo , puesto que así , los colaboradores sabrán desde un comienzo que actividades se darán a desarrollar diariamente desde si primer día de trabajo en la cadena de cafetería, así mismo debe

estar supervisado por cada encargado de área de ese modo estarán comprometidos y con un fin significativo.

Se recomendaría realizar reuniones mensuales en las cuales todos los trabajadores sean libres de expresar sus incomodidades y también sus acotaciones a mejoras a la empresa de esa manera se sentirá parte de la empresa ya que tomaran en cuenta la opinión de estos, indirectamente se irán involucrando con la empresa y toma de decisiones para la mejora de resultados de la cadena de cafetería.

Se recomienda que la cadena de cafetería debería implantar el concurso del colaborador del mes de esa manera incentivan a los trabajadores a esforzarse al máximo de esta manera el desempeño que realizaran será el máximo, así como también las ganas de esfuerzo por lograr el objetivo.

Se recomienda charlas motivadoras en donde los trabajadores sean involucrados de manera indirecta, haciéndoles ver que el trabajo en equipo junto con la cadena de cafeterías es importante ya que el éxito se debe a ambas partes, y como resultado se tendrán clientes contentos junto con la recomendación de ellos.

REFERENCIAS

- Aguirre, J & Rincon, J (2017). Motivación y satisfacción en el trabajo, Universidad tecnológica de Pereira. https://www.academia.edu/33310018/MOTIVACION_Y_SATISFACCION_EN_EL_TRABAJO_INFORME_ESCRITO.
- Araya, C; Pedreros, L (2010) Análisis de las teorías de motivación de contenido: una aplicación al mercado laboral de Chile del año 2010. *Revista Ciencias Sociales*. Volumen (4). Número (142). p.45-61.
<https://www.redalyc.org/pdf/153/15333870004.pdf>.
- Argüelles y García (2010) Estrategias para promover procesos de aprendizaje autónomo. *Revista Escuela de Administración de Negocios*. Número (69). Colombia <https://www.redalyc.org/pdf/206/20619966015.pdf>.
- Ávila, I; Barbero, M; García, M & García, M La motivación laboral de los jóvenes en su primer empleo. *Revista Psicothema*. Volumen (15) número (1), p.111-112.
<http://www.psychothema.com/psychothema.asp?id=1031>.
- Aziri, B. (2011). Job satisfaction: A literature review. *Management research and practice*. *Revista MANAGEMENT RESEARCH AND PRACTICE*, volumen(3)numero(4), p.77-86. <http://mrp.ase.ro/no34/f7.pdf>.
- Blanco, J (2010) *Medición de la satisfacción del cliente del restaurante museo taurino, y formulación de estrategias de servicio para la creación de valor*. (tesis para obtener la licenciatura) Universidad Pontificia universidad javeriana, Bogotá. <https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis356.pdf>.
- Calle, D & Gálvez, D (2017). Relación entre la motivación y satisfacción laboral con la calidad de atención en un hospital docente del ministerio de salud. *Revista*

Tzhoecoen, Volumen (9) número (3).
<http://revistas.uss.edu.pe/index.php/tzh/article/view/592>.

Calle, I; Cedillo, R & Pérez, E (2019) Grado de satisfacción en la prestación de servicio de restauración en los puertos de la provincia de El Oro. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo* volumen (15), número (2), p.185-186. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/riat/v15n2/0718-235X-riat-27-52-00180.pdf>.

Chatura, M(2015)From service quality to service theory and practice. *Revista Eerald Insight* volumen (25) numero (1) p.2-9. Downloads/2015JSTPEditorial.pdf.

Chavarria, S (2018) *La motivación intrínseca en las relaciones interpersonales en estudiantes del tercer año B, nivel secundario de la Institución Educativa Pública "Señor de los Milagros Ayacucho 2018*.Universidad Cesar Vallejo. Ayacucho <https://core.ac.uk/download/pdf/225601582.pdf>.

Chiavenato, I. (2010). *Comportamiento Organizacional. La dinámica del existo en las organizaciones*, 2da edición. Editorial McGraw-Hill.

Crispín (2011) *Aprendizaje Autónomo orientaciones para la docencia*, Editorial Universidad Iberoamérica.

Cruz,M ; Perez, M & Trevilla,C (2014). Influencia de la motivación intrínseca y extrínseca sobre la transmisión de conocimiento. El caso de una organización sin fines de lucro *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, numero (66), p.189.
<https://www.redalyc.org/pdf/174/17413043009.pdf>.

Cubillos, B; Velásquez, F & Reyes, M. (2014). Plan de mejoramiento de variables del clima organizacional que afectan al desempeño laboral en una entidad

del Estado. *Revista Suma de negocios*, volumen (5) numero (10), p.69-73.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X14700126>.

De la Cruz Barrios, Andrea; Epalza, A & Orozco De La Hoz, S. (2017). Satisfacción con la vida y su relación con la Satisfacción Laboral. Universidad del Norte. Colombia.

https://www.researchgate.net/publication/331134998_Satisfaccion_con_la_vida_y_su_relacion_con_la_Satisfaccion_Laboral.

Díaz, J.; Díaz, M., & Morales, S. (2014). Motivación laboral en trabajadores de empresas formales de la ciudad de Bogotá. *Revista Iberoamericana de Psicología: Ciencia y Tecnología*, volumen (7) numero (1), p.62, Dialnet-MotivacionLaboralEnTrabajadoresDeEmpresasFormalesD-4905118%20(1).pdf.

Domínguez, A & Pino, J (2014). Motivación intrínseca y extrínseca: análisis en adolescentes gallegos. *Revista de psicología*, volumen (1) numero (1), p.351-352. <https://www.redalyc.org/pdf/3498/349851780036.pdf>.

Espinoza, M ;Torres.P (2017) *Motivación extrínseca e intrínseca y el rendimiento académico en el área de comunicación en alumnos del V ciclo de educación primaria del distrito de Chancay*, Universidad Cesar Vallejo.http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/6510/Espinoza_AME-Torres_CPB.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Farrell, T & Jacobs, G (2010). Essentials for successful English language teaching. *Revista Continuum International Publishing Group, London*
<https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED574120.pdf>.

Fauziah,W ;Kian,T & Mohamed,T.(2013).HERZBERG'S TWO FACTORS THEORY ON WORK MOTIVATION: DOES ITS WORK FOR TODAY'S

ENVIRONMENT?.*Revista Global Institute for Research y education* ,
volumen (2) numero (5), p.18-
22.[https://www.academia.edu/5829228/HERZBERG_S_TWO_FACTORS_ THEORY_ON_WORK_MOTIVATION_DOES_ITS_WORK_FOR_TODAYS _ENVIRONMENT?auto=download](https://www.academia.edu/5829228/HERZBERG_S_TWO_FACTORS_THEORY_ON_WORK_MOTIVATION_DOES_ITS_WORK_FOR_TODAYS_ENVIRONMENT?auto=download).

Fernández, G. (2017). *La motivación extrínseca e intrínseca de los empleados como éxito para las organizaciones laborales: Un estudio en el sector siderometalúrgico de la Rioja* (tesis para conseguir la licenciatura). Universidad de La Rioja. Logroño.https://biblioteca.unirioja.es/tfe_e/TFE002648.pdf.

Fischer, C ; Malycha, C & Schafmann, E. (2019). The Influence of Intrinsic Motivation and Synergistic Extrinsic Motivators on Creativity and Innovation. *Revista Frontiers Psychology*.<https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2019.00137/full>.

Gamboa, J ; García, F; Ripoll, P & Peiró, J. (2007). *La empleabilidad y la iniciativa personal como antecedentes de la satisfacción laboral*. Universidad de Valencia <https://web2011.ivie.es/downloads/docs/wpasec/wpasec-2007-01.pdf>.

García & Forero, C. (2014). Motivación y satisfacción laboral como facilitadores del cambio organizacional: Una explicación desde las ecuaciones estructurales. *Revista Psicogente*, volumen (17) numero (31), p.120-142.https://www.researchgate.net/publication/277003302_Motivacion_y_satisfaccion_laboral_como_facilitadores_del_cambio_organizacional_una_expl icacion_desde_las_ecuaciones_estructurales.

Girado, D. (2019). *Estudio sobre la motivación laboral: una aplicación de la Teoría de la expectativa de Vroom*. Universidad Católica de Murcia. (tesis para

obtener la
licenciatura).Murcia.<http://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/4220/Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Guillén, L.& Saris, W. (2013). Competencies, personality traits, and organizational rewards of middle managers: A motive-based approach. *Revista Human Performance*, volumen (26) numero (1), p. 66–92.
<https://doi.org/10.1080/08959285.2012.736898>.

Gutierrez, M. (2015) *La sociedad knowmad y los nuevos circuitos de diseño*, Editorial Diseño y el Cine Documental.

Gutiérrez, W. (2013). *Motivación y satisfacción laboral de los obreros de construcción civil: bases para futuras investigaciones* (tesis para conseguir la licenciatura). Universidad Pontificia universidad católica del Perú.Lima.http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/4727/GUTIERREZ%20WALTER%20MOTIVACION_SATISFACCION_LABORAL_OBREROS_INVESTIGACIONES.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Hernández, S; Fernández, C. y Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación (6ª. Ed). Distrito Federal, México: Mc Graw Hill.

Hofmans, J. (2012). Individual differences in equity models. *Revista Psicología*, volumen (33).p.473-482.<https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ980489.pdf>.

Huilcapi, M; Castro, G & Jácomeo, G. (2017) Motivación: las teorías y su relación en el ámbito empresarial. *Revista Dom Cien*, volumen (3) numero (2), p.311-333.[file:///C:/Users/Cristian/Downloads/Dialnet-Motivacion-5889721%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/Cristian/Downloads/Dialnet-Motivacion-5889721%20(4).pdf).

Kenneth (2005) *La motivación intrínseca en el trabajo*. Editorial Universitaria Ramón Areces.

Lee, X ; Yang,B &Li,W.(2017).The influence factors of job satisfaction and its relationship with turnover intention: Taking early-career employees as an example. *Revista Redayc*, volumen(33) numero(3).p.697-707.v
<https://www.redalyc.org/pdf/167/16752019028.pdf>.

Loaiza, E; Salazar, P; Espinoza, L & Lozano, M (2019) Clima Organizacional en la Administración de Empresas. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*. Volumen (3) número (1).
<https://www.recimundo.com/index.php/es/article/view/354/pdf>.

Mandujano, T. (2016) *Motivación intrínseca en estudiantes de Educación secundaria de la provincia de Tarma* (tesis para obtener la licenciatura). Universidad nacional del centro del Perú, Tarma.
<http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/4805/Mandujano%20Valencia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Marcos,E & Martín,L(2016). Formación de profesionales para la empresa del siglo XXI. *Revista Ekonomiaz*. número (89) .Downloads/Dialnet-FormacionDeProfesionalesParaLaEmpresaDelSigloXXI-5487067.pdf.

Marín,H & Placencia,M.(2017). Motivación y satisfacción laboral del personal de una organización de salud del sector privado. *Revista Horizonte Medico*, volumen (17) numero(4).http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-558X2017000400008.

Marín, K; Ruiz, A & Henao, E. (2016). La motivación como un factor clave de éxito en las organizaciones modernas. *Revista Colección Académica de*

Ciencias Sociales. Volumen (3) número (2) p.22-35.

https://pdfs.semanticscholar.org/0984/057aca4188919b1b8741accc4c4c5425a135.pdf?_ga=2.238420224.1444083411.1592283023-1598149751.1592283023.

Marulanda, F; Montoya, I & Vélez, J. (2014) Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. Editorial Pensamiento y gestión, número (36).

https://www.researchgate.net/publication/270467210_Teorias_Motivacionales_en_el_estudio_del_emprendedor.

Maslow, A. (2012). *El hombre autorrealizado: Hacia una psicología del ser*. Editorial Kairos.

McLeod, S. (2013). Maslow's Hierarchy of Needs. *Revista Highgate counselling centre*. <https://highgatecounselling.org.uk/members/certificate/CT2%20Paper%201.pdf>.

Min, H; Xuan, P & Kamioka, E. (2019). Enhancement of Study Motivation Model by Introducing Expectancy Theory. https://www.researchgate.net/publication/333209220_Enhancement_of_Study_Motivation_Model_by_Introducing_Expectancy_Theory

Moravec, J. (2013). *Knowmad Society*. Editorial Education Futures.

Parvesh, K. (2015). Motivation: Concept, Theories and practical implications.

Revista CASIRJ, volumen (6)

número (8). https://www.academia.edu/19739571/MOTIVATION_CONCEPT_THEORIES_AND_PRACTICAL_IMPLICATIONS.

Pujol, L. (2018). Satisfacción laboral: una revisión de la literatura acerca de sus principales determinantes. *Revista Estudios Gerenciales*, volumen (34)

numero (146). p.3-18. <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v34n146/0123-5923-eg-34-146-00003.pdf>.

Rivera, G. (2014). "La motivación del alumno y su relación con el rendimiento académico en los estudiantes de Bachillerato Técnico en Salud Comunitaria del Instituto República Federal de México de Comayagüela, M.D.C., durante el año lectivo 2013. (tesis para obtener el título de master). Universidad Pedagógica nacional Francisco Morazán. México.
<file:///C:/Users/Cristhian/Downloads/la-motivacion-del-alumno-y-su-relacion-con-el-rendimiento-academico-en-los-estudiantes-de-bachillerato-tecnico-en-salud-comunitaria-del-instituto-republica-federal-de-mexico-de-comayaquela-mdc-durante-el-ano-le.pdf>.

Robbins, S (2013). *Comportamiento organizacional*, 10ma Edición. Editorial Pearson Education

Rosales, R (2010, s.n). Componentes esenciales del trabajo en equipo y el servicio al (a la) cliente(a) interno(a) y externo(a). *Revista Bibliotecas volumen (28) numero (2) p. s. n* Downloads/383-Texto%20del%20artículo-1329-1-10-20110728%20(1).pdf.

Sánchez & García, M. (2017). Satisfacción Laboral en los Entornos de Trabajo. Una exploración cualitativa para su estudio. *Revista Scientia Et Technica*, volumen (22) número (2). <https://www.redalyc.org/pdf/849/84953103007.pdf>.

Sánchez, N; Sifuentes, A. (2018). *Influencia de la motivación extrínseca e intrínseca en la intención de permanencia de los trabajadores de restaurantes de pizzas y pastas del distrito de Miraflores*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima.
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623805/Sanchez_CN.pdf?sequence=4&isAllowed=y.

Solf, A. (2006). Motivación Intrínseca Laboral y su relación con las variables de

personalidad Orientación a la Meta y Tesón. Revista de la Universidad de Lima, p.111-112. Lima

<http://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Persona/article/view/905/855>.

Sotelo, A.; Almaguer, K. & Quintero, J. (2016). La motivación, la formación y el desarrollo humano como factores de incidencia en el compromiso organizacional. RECAI Revista de Estudios en Contaduría, volumen (4) numero (11), p.35-56.

Sum, M. (2015). *Motivación y desempeño laboral*. (tesis para obtener la licenciatura. Universidad Rafael Landívar. Tenango.<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Sum-Monica.pdf>.

Tamayo, A & Gamero, J. (2010). Dinámica de la equidad. *Revista Universidad de Sevilla*. [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/84038/Cap.libro-Din%20mica%20de%20la%20equidad\(p%20E1gs.%20365-380\)-p%20E1ginas-365-380.pdf;jsessionid=48E557C306CC39AD0F736471531D9DAD?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/84038/Cap.libro-Din%20mica%20de%20la%20equidad(p%20E1gs.%20365-380)-p%20E1ginas-365-380.pdf;jsessionid=48E557C306CC39AD0F736471531D9DAD?sequence=1&isAllowed=y).

Taormina, R & Gao, J. (2013). Maslow and the Motivation Hierarchy: Measuring Satisfaction of the Needs. *Revista Summer*. volumen(126)numero(2), p155-177. https://www.researchgate.net/publication/249964580_Maslow_and_the_Motivation_Hierarchy_Measuring_Satisfaction_of_the_Needs

Universia (2016). *7 de cada 10 trabajadores están insatisfechos con su trabajo*. <https://www.20minutos.es/noticia/2781137/0/69-por-ciento-trabajadores-espanoles-insatisfechos-trabajo-sueldo/>.

Universidad La Concordia indica que (16 Ago del 2018). El siglo 21 exige nuevas competencias y habilidades para el mundo laboral.

<https://www.universidadlaconcordia.edu.mx/blog/index.php/nuevas-competencias-y-habilidades-para-el-mundo-laboral/>.

Vaca, M (2017) Motivación laboral en los servidores públicos de Ecuador. *Revista Innova*, volumen (2) numero (7), p.101-108.

<https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/235/1272>.

Vera,N & Collins,N(2018)El servicio al cliente como filosofía y factor de posicionamiento de las cooperativas de taxis. *Revista Innova Research Journal* volumen (3) numero (2) p. 71-82.Downloads/Dialnet-EIServicioAlClienteComoFilosofiaYFactorDePosiciona-6324893.pdf.

Villarreal, A & Morales, P (2017). La motivación intrínseca y el clima laboral en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Rey David Cia Ltda. (tesis para obtener la licenciatura). Universidad Técnica de Ambato. Ecuador.

<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/24562/1/La%20Motivaci%c3%b3n%20Intr%c3%adnseca%20y%20el%20Clima%20Laboral%20en%20la%20Cooperativa%20de%20Ahorro%20y%20Cr%c3%a9dito%20Rey%20David.pdf>.

Whelan, L. (2014). *La adecuación de las teorías clásicas de motivación a la diversidad cultural del entorno laboral actual*. Universidad Pontificia Comillas. Madrid.

<https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/1166/retrieve>.

ANEXOS

Anexo 5: Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Tema o unidad de análisis	Categorías o dimensiones	Metodología
<p>General</p> <p>¿Cuál es el nivel de la motivación intrínseca en los trabajadores de una cadena de cafeterías – Miraflores ,2020?</p> <p>Problemas Específicos</p> <p>¿Cuál es el nivel de involucramiento en los trabajadores de una cadena de cafeterías –Miraflores 2020?</p> <p>¿Cuál es el nivel de desempeño en los trabajadores de una cadena de cafeterías –Miraflores 2020?</p> <p>¿Cuál es el nivel de identificación en los trabajadores de una cadena de cafeterías –Miraflores 2020?</p> <p>¿Cuál es el nivel de orientación a la meta en los trabajadores de una cadena de cafeterías – Miraflores 2020?</p>	<p>General</p> <p>Determinar el nivel de la motivación intrínseca en los trabajadores de una cadena de cafeterías – Miraflores 2020</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>Identificar el nivel de involucramiento en los trabajadores de una cadena de cafeterías – Miraflores 2020</p> <p>Determinar el nivel de desempeño en los trabajadores de una cadena de cafeterías – Miraflores 2020</p> <p>Determinar el nivel de identificación en los trabajadores de una cadena de cafeterías – Miraflores 2020</p> <p>Determinar el nivel de orientación de metas en los trabajadores de una cadena de cafeterías – Miraflores 2020</p>	<p>Motivación intrínseca</p>	<p>Involucramiento</p> <p>Desempeño</p> <p>Identificación</p> <p>Orientación a la meta</p>	<p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Diseño: No experimental – Transversal</p> <p>Población: 71 trabajadores de una cadena de cafeterías en Miraflores</p> <p>Muestra: Toda la población</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumentos: datos Cuestionario</p>

Anexo 6: Matriz operacional de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Subindicadores	Ítems para los trabajadores de una cadena de cafeterías en Miraflores	Escala de medición
Motivación Intrínseca	Definida por el hecho de realizar una actividad por el placer y la satisfacción que uno experimenta mientras aprende (Thomas,2005, p.65)	La motivación intrínseca lo vamos a medir utilizando las dimensiones involucramiento, desempeño, identificación y orientación a la meta (Thomas,2005)	Involucramiento	Orientación al equipo,	Alta productividad	La motivación de la cadena de cafetería te hace más productivo	Ordinal Escala Likert • Totalmente de acuerdo • De acuerdo • Ni de acuerdo ni en desacuerdo • En desacuerdo • Totalmente en desacuerdo
					Libertad de decisión	Tienes la libertad de adecuar los protocolos según tu entendimiento y comodidad	
					Desarrollo de capacidades	El desenvolvimiento en tu trabajo diario ayuda a motivar a tu equipo laboral	
				Desempeño	Reconocimiento	Logras desarrollar todas capacidades en tu centro laboral	
					Empoderamiento	La motivación es el principal pilar que te transmite la empresa	
					Desarrollo de actividades	La empresa reconoce tu desempeño y te premia por eso	
			Identificación	Reconocimiento	Sientes que la empresa apoya a tus diversas iniciativas laborales		
				Metas	Trabajar en la empresa ha permitido ampliar tus habilidades preexistentes		
				Reconocimiento social	Capacitación	Las capacitaciones influyen a mejorar tu trabajo	
					Reflexión de metas de trabajo	Las capacitaciones se orientan a mejorar tu desempeño profesional en general	
					Calidad de vida laboral	Las capacitaciones te motivan a familiarizarte con tu empresa	
				Incentivo externo	Estas familiarizado con los objetivos de la empresa		
			Enfoque al cliente	Calidad de vida laboral	Tu equipo de trabajo en la cadena de cafetería es como una familia		
				Clientes felices	La calidad de vida laboral que te ofrece la empresa es motivadora para ti		
				Enfoque a resultados	El trato de los comensales hace que te sientas bien en la empresa		
					La imagen de la empresa ayuda a que los clientes tengan un buen trato con los con nosotros		
					Calidad de servicio	Estas motivado por dar la mejor atención a tus clientes de la cadena de cafetería	
			Vocación de servicio	Estas motivado y satisfecho cada vez que tu cliente te dice que está feliz de que lo hallas atendido			
			Satisfacción de servicio	Tu cliente se va con una buena imagen de tu empresa gracias a ti			
			Enfoque a resultados	Los clientes fidelizados se deben al esfuerzo al momento de la atención en servicios y productos			
			Orientación a la meta	Compromiso		La empresa te demuestra que eres una pieza fundamental en el organigrama	
				Motivación de logro	Potenciar los logros	Haz progresado laboralmente de manera positiva en la cadena de cafetería	

Anexo 8: validación de expertos



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 04 JUNIO de 2020

Apellido y nombres del experto: ROBERT ALEXANDER JARA MIRADA

DNI: 42312593 Teléfono: 947995565

Título/grados: DR. EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Cargo e institución en que labora: DOCENTE

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO.

	ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	X		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	X		
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	X		
7	¿el diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	X		
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	X		
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	X		

SUGERENCIAS



FIRMA DEL EXPERTO



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 17 JUNIO de 2020

Apellido y nombres del experto: **Agurto Ruiz Karla Paola**

DNI:46695542

Teléfono:949411151

Título/grados: **MBA. Administración de Negocios**

Cargo e institución en que labora: **Coordinadora de Escuela de Administración en Turismo y Hotelería- UCV Piura**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en las columnas de SÍ o NO.

	TEM	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	X		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	X		
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	X		
7	¿el diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	X		
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	X		
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	X		

SUGERENCIAS: **NINGUNA**

FIRMA DEL EXPERTO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 04 de junio de 2020

Apellido y nombres del experto: Zevallos Gallardo, Z. Verónica.

DNI: 41726975

Teléfono: 932371609

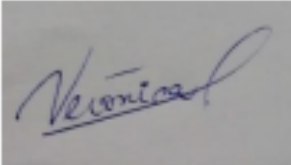
Título/grados: Mg. Docencia Universitaria.

Cargo e institución en que labora: Universidad Cesar Vallejo.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO.

	ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	x		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	x		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	x		
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	x		
7	¿el diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	x		
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	x		
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	x		

SUGERENCIAS: _____



FIRMA DEL EXPERTO

Anexo 8: Base de datos

	involucramiento									desempeño				identificación						orientación a la meta								
	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	I9	I10	I11	I12	I13	I14	I15	I16	I17	I18	I19	I20	I21	I22	I23	I24	I25	I26	I27	
E1	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	
E2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4
E3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	5	3	4	4	4	3	2	
E4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
E5	4	3	1	2	4	2	2	2	3	2	4	4	5	5	3	4	3	4	4	5	5	4	5	3	1	4	4	
E6	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	3	4	3	
E7	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	
E8	3	4	2	3	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	
E9	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	
E10	5	5	4	3	5	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	5	5	5	5	4	4	4	1	
E11	5	5	2	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	5	5	5	5	5	5	5	2	3	4	
E12	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	
E13	4	3	3	4	3	3	2	3	4	3	2	2	3	3	3	2	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	
E14	3	4	4	2	3	3	3	4	4	3	4	2	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	
E15	3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	
E16	3	3	4	3	4	4	2	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	3	
E17	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	
E18	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	
E19	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	5	4	3	3	3	
E20	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	
E21	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	
E22	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	
E23	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	
E24	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	
E25	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	5	4	4	4	4	
E26	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	
E27	5	5	4	3	5	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	5	5	5	5	4	4	4	1	
E28	3	4	2	3	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	
E29	4	5	4	3	4	3	5	3	4	4	5	5	4	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	
E30	4	5	4	3	4	3	5	3	4	4	5	5	4	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	
E31	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	5	2	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	
E32	3	3	4	4	2	4	3	3	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3	2	4	4	3	3	5	4	4	3	
E33	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	
E34	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3	
E35	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	2	3	2	3	2	4	3	4	4	3	4	4	5	3	3	3	4	
E36	3	3	4	5	4	2	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	2	4	3	3	3	4	
E37	3	2	4	4	3	4	4	2	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	2	3	3	
E38	4	3	4	2	3	2	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	4	3	2	4	3	4	3	2	4	3	4	
E39	4	3	2	3	4	3	2	2	2	3	4	2	4	2	3	3	4	3	2	3	5	5	3	4	3	3	2	
E40	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	
E41	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	
E42	4	3	2	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	
E43	4	2	3	4	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	4	2	4	4	3	2	4	4	4	3	
E44	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	2	4	3	2	3	4	4	3	3	2	3	4	3	3	3	4	4	

E45	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	
E46	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	
E47	4	3	3	4	3	2	3	2	4	3	2	2	4	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	
E48	4	4	3	2	4	2	4	3	3	3	3	4	2	4	3	3	4	2	2	4	3	2	3	2	3	3	2	
E49	3	2	2	3	3	4	2	4	4	3	3	2	4	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	4	2	
E50	3	3	4	2	4	2	3	3	2	3	3	2	3	3	4	4	3	2	3	3	4	3	3	4	2	2	2	
E51	3	4	2	3	4	3	3	4	3	4	2	4	2	4	4	3	2	4	3	2	2	4	4	3	4	3	3	
E52	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	2	4	4	2	4	4	4	3	4	
E53	2	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	2	3	4	4	3	3	2	4	4	4	3	2	3	3	
E54	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	3	4
E55	4	5	4	5	4	4	5	3	5	4	4	5	3	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	3	3	4	
E56	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	3	4	2	4	2	4	4	
E57	4	3	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	4	4	4	3	4	4	
E58	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	
E59	3	2	2	4	3	2	4	3	3	4	3	2	4	3	3	4	2	4	3	2	3	4	3	2	2	3	2	
E60	2	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	
E61	4	4	3	4	4	2	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	2	
E62	4	4	3	4	4	3	2	3	3	2	3	4	3	4	2	2	4	4	3	3	4	4	3	4	2	4	4	
E63	3	4	2	4	3	4	3	4	2	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	2	3	3	
E64	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	
E65	4	5	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	
E66	3	2	4	2	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	
E67	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	2	4	4	3	3	4	3	
E68	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	2	2	4	5	5	3	4	3	4	
E69	4	3	4	4	3	4	3	2	4	4	4	3	4	3	2	4	1	4	3	4	4	5	4	3	4	2	3	
E70	4	3	3	4	3	4	4	2	4	3	4	3	2	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	3	
E71	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	3	4	