



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**La autorrealización y su influencia en la eficacia laboral en el
hipermercado Plaza Vea, Callao, 2019**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Chinchay Infante, Gianina Judith (ORCID: 0000-0003-1952-2717)

ASESOR:

Dr. Dávila Arenaza, Victor Demetrio (ORCID: 0000-0002-8917-1919)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2019

Dedicatoria

Para las personas que más quiero, mis padres Luis y Deysi, mis hermanos Luis, Raquel, Juan y Carol, mis sobrinos y mi amado esposo Robert, por su confianza y apoyo incondicional.

Agradecimiento

A Dios por darme la gran familia que tengo, quienes creen en mí siempre, brindándome ejemplos de humildad, esfuerzo y superación, enseñándome a valorar todo lo que hoy tengo, porque fomentaron en mí el deseo de superación.

A mi esposo por su apoyo incondicional, comprensión y confianza que me dio en los momentos difíciles,

A mi asesor, por el tiempo dedicado y la paciencia en la elaboración de la presente investigación.

Índice de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen.....	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	15
3.1 Tipo y diseño de investigación	15
3.2 Variables y operacionalización	16
3.3 Población, muestra y muestreo	16
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	16
3.5 Procedimientos	18
3.6 Método de análisis de datos	19
3.7 Aspectos éticos	19
IV. RESULTADOS.....	20
V. DISCUSIÓN	30
VI. CONCLUSIONES	34
VII. RECOMENDACIONES	35
REFERENCIAS	36
ANEXOS	39

Índice de tablas

Tabla 1. Juicio de expertos	17
Tabla 2. Estadísticas de fiabilidad	18
Tabla 3. Resultado descriptivo de la dimensión conductas	20
Tabla 4. Resultado descriptivo de la dimensión Metas.....	21
Tabla 5. Resultado descriptivo de la dimensión Deseos.....	22
Tabla 6. Resultado descriptivo de la dimensión Alcanzar los objetivos y resultados	23
Tabla 7. Resultado descriptivo de la dimensión Recursos	24
Tabla 8. Resultado descriptivo de la dimensión Diseño de puestos	25
Tabla 9. Correlaciones de variables de la Hipótesis General	26
Tabla 10. Correlaciones de variables de la Hipótesis Específica 1	27
Tabla 11. Correlaciones de variables de la Hipótesis Específica 2	28
Tabla 12. Correlaciones de variables de la Hipótesis Específica 3	29

Índice de figuras

Figura 1. Coeficiencia de Alfa de Cronbach.....	18
Figura 2. Descripción gráfica de la dimensión Conductas	20
Figura 3. Descripción gráfica de la dimensión Metas	21
Figura 4. Descripción gráfica de la dimensión Deseos	22
Figura 5. Descripción gráfica de la dimensión Alcanzar objetivos y resultados ..	23
Figura 6. Descripción gráfica de la dimensión Recursos	24
Figura 7. Descripción gráfica de la dimensión Diseño de puestos	25

Resumen

La presente investigación tiene como título la autorrealización y su influencia en la eficacia laboral en el hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019, cuyo objetivo general fue determinar la influencia de la Autorrealización en la Eficacia Laboral en el hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019.

La investigación tuvo como población 70 colaboradores de ambos sexos entre: cajeros, supervisores, y personal de las diferentes áreas como: abarrotes, frescos 1 y 2, textil, bazar, panadería y electro del Hipermercado Plaza Veá en el distrito del Callao, con una muestra censal siendo igual al tamaño de la población con 70 colaboradores. La siguiente investigación fue de tipo aplicada con diseño no experimental y de corte transversal. El instrumento fue el cuestionario tipo Likert, que estuvo conformado de 20 preguntas, el instrumento está dividido en 10 preguntas para la variable autorrealización y 10 para la variable eficacia laboral, siendo aprobada por tres expertos de la universidad César Vallejo, que determinaron la validez del contenido, además se utilizó el Alfa de Cronbach que evaluó la confiabilidad del cuestionario, obteniendo un nivel de confiabilidad de 0.812. Para el procesamiento de datos se utilizó el programa SPSS, que brindó resultados permitiendo concluir que la autorrealización sí influye en la eficacia laboral en los colaboradores del Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019.

Palabras clave: autorrealización, eficacia laboral, necesidades, capacidades

Abstract

The present investigation has as its title the self-realization and its influence in the labor efficiency in the hypermarket Plaza Veá, Callao, 2019, whose general objective was the influence of the Self-realization in the Labor Efficiency in the hypermarket Plaza Veá, Callao, 2019. The research took place as a population 70 employees between both sexes among: cashiers, supervisors and staff from different areas such as: groceries, frescoes 1 and 2, textiles, bazaar, bakery and electro of the Hypermarket Plaza Veá in the district of Callao, with a Census sample being equal to the size of the population with 70 employees. The following investigation was of the applied type with a non-experimental and cross-sectional design. The instrument was the Likert questionnaire, which consisted of 20 questions, the instrument is divided into 10 questions for the variable self-realization and 10 for the variable labor efficiency, such as the practice of the experts of the César Vallejo University, which determined the validity Content, in addition to the Cronbach's Alpha that evaluates the reliability of the questionnaire, obtaining a reliability level of 0.812. SPSS, which provided results, provided self-realization if it influences labor efficiency in the employees of the Hypermarket Plaza Veá, Callao, 2019.

Keywords: self-realization, work efficiency, needs, capacities

I. INTRODUCCIÓN

En el Perú y en muchas partes del mundo son muy pocas las personas que se sienten autorrealizadas, ya que no llegan a ser ellos mismos en su total plenitud. Según la revista Polis (2017), "En América Latina existe un alto porcentaje de personas con ciertos comportamientos que pueden estar impidiendo su pleno desarrollo, viéndose así reflejado en su entorno familiar y laboral". La autorrealización es el deseo de superación y la necesidad más elevada que tiene el ser humano y al no ser exclusiva de unos cuantos, todos los seres humanos somos capaces de alcanzarla a pesar de vivir y encontrarnos en circunstancias diferentes. Debido a estar presente en todas las áreas del desarrollo humano es muy importante el tiempo que se invierte y se le dedique, así como el esfuerzo por cumplir sus metas personales y profesionales, estableciendo un equilibrio emocional necesario en las personas.

En el Perú los trabajadores se sienten cada vez más estresados y desmotivados por no alcanzar sus deseos de superación y autorrealización dentro de su centro de trabajo, en especial las de atención al cliente como los supermercados ya que ellos no solo venden productos tangibles sino también brindan un buen servicio dando una buena experiencia de compra a sus clientes en sus establecimientos, es por ello, la importancia de que su personal se sienta autorrealizado consigo mismo por haber logrado sus metas propuestas. Por otra parte, según el portal Info Jobs (2018), "gestionar la eficacia de los trabajadores tiene ventaja tanto para el individuo como para la empresa donde labora ya que las organizaciones que cuentan con colaboradores eficaces, también lo serán ellos"; sin embargo, aquellas empresas u organizaciones que no tratan de potenciar y sacar a flote la eficacia de sus colaboradores lo único que obtendrán de ellos serán pobres resultados. Existe en Lima una inadecuada gestión del personal por lograr que los trabajadores acepten sus aspectos negativos de sí mismos y aprendan a expresar su enojo de manera oportuna con la persona indicada y en el momento indicado, las autoexigencias que tienen los colaboradores consigo mismos pueden hacer que se sientan frustrados, desdichados y culpables de las cosas que pasan en su ámbito laboral. Es por ello que los altos niveles de autoexigencia por parte de los trabajadores de los

supermercados por lograr la autorrealización hacen que no realicen un trabajo eficaz perjudicando así a la empresa, ya que al tener colaboradores inconformes consigo mismos, estos no logran brindar un buen servicio; siendo sensibles y vulnerables ante los fracasos y pérdidas que puedan tener tanto laboral como personalmente. Por ese motivo, es que se pretende estudiar cómo influye la autorrealización del personal en la eficacia laboral, es por ello que las empresas no solo deben pensar en lo que ellos pueden hacer para tener trabajadores más eficaces, sino también en lo que aquellos trabajadores pueden llegar hacer para que la empresa sea más eficaz.

Se planteó como problema general: ¿Cómo influye la autorrealización en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019? y los problemas secundarios fueron: ¿Cómo influyen las conductas en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019?, ¿Cómo influyen las metas en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019?, ¿Cómo influyen los deseos en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019?

La justificación del estudio fue teórica ya que se indagará a través de la teoría y los conceptos de autorrealización y la eficacia laboral contribuir con el conocimiento, desarrollo y determinar si existe influencia entre una variable de la otra, permitiéndole así a los futuros estudiantes de la carrera de administración comprender las diferentes percepciones por parte de los colaboradores, así de esta manera se permitirá entender los problemas que pueden estar impidiendo la autorrealización y la eficacia laboral en el hipermercado Plaza Veá, Callao. Siendo de gran ayuda para que otros investigadores que usen variables similares al tema, indaguen con interés en dichas variables y su influencia dentro de una organización; y metodológica: ya que se aplicaron técnicas estadísticas e instrumentos de investigación para la recopilación de datos confiables y así poder demostrar la influencia de la autorrealización con la eficacia laboral.

El Objetivo principal de la presente investigación académica fue: Determinar la influencia de la autorrealización en la eficacia laboral en plaza vea, callao, 2019, los objetivos secundarios fueron: determinar la influencia de las conductas en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019, determinar la influencia de las metas en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Veá,

Callao, 2019 y determinar la influencia de los deseos en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019.

La hipótesis principal fue: La autorrealización influye en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019, las hipótesis secundarias fueron: Las conductas influyen en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019, las metas influyen en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019 y los deseos influyen en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019.

II. MARCO TEÓRICO

Olvera, Y. (2013), en su tesis “Estudio de la Motivación y su influencia en la eficacia laboral de los Empleados Administrativos del Área Comercial de la Constructora Furoiani Obras y Proyectos” de la Universidad de Guayaquil en Guayaquil – Ecuador, cuyo objetivo fue estudiar la motivación como influencia en la eficacia laboral, su metodología usada fue descriptiva, con diseño transversal correlacional causal. Por lo cual se concluye que: el trabajo en equipo y la seguridad son los principales factores que influyen en la eficacia laboral ya que estas se encuentran dentro del mismo entorno del trabajo y por lo tanto van de la mano con la motivación que sienten los empleados de dicha área comercial.

Así también, Miranda, S. (2017), en su tesis “La Autorrealización laboral en los colaboradores del área de venta de una empresa de distribución para retail de productos de consumo masivo” de la Universidad de Chile en Santiago de Chile – Chile, teniendo como metodología un estudio de tipo exploratorio – descriptivo no experimental, sus conclusiones fueron: los encuestados que se han sentido autorrealizados laboralmente fue porque se sienten capaces de desarrollar las competencias establecidas por la empresa para la eficacia en sus labores, sin embargo, se percibe inseguridad por algunos colaboradores esto debido a problemas en la comunicación con la jefatura, pudiéndose plantear desde Maslow como necesidades sociales.

Castro, P. (2016), en su tesis denominada “El papel de los valores hacia el trabajo en la motivación laboral y la eficacia de los trabajadores de Pymes potosinas” de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí – México, cuyo objetivo fue determinar la influencia de los valores hacia el trabajo en la motivación laboral y la eficacia de trabajadores de Pymes potosinas para conocer el impacto que tiene los valores sobre los empleados y permitir que las empresas puedan entender el comportamiento humano. El método utilizado fue de tipo cualitativo, descriptivo y correlacional. Teniendo como conclusión: los valores son los que forman las conductas del ser humano, ya que estos proporcionan un conjunto de principios, guiando así el comportamiento del trabajador en el ámbito laboral; es por ello que actualmente las empresas buscan que sus colaboradores sean: leales, sinceros, solidarios y honestos, logrando así un impacto positivo en su

eficacia laboral ya sea dentro de la organización o de su área laboral.

Por otro lado, según investigaciones en el ámbito nacional, Vinazza, G. (2015) en su tesis denominada "Influencia de la autorrealización en la satisfacción laboral de los colaboradores del centro de esparcimiento Jockey Club – Chiclayo 2015". Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo Chiclayo – Perú, cuyo objetivo fue la investigación de la influencia de autorrealización en la satisfacción laboral de los colaboradores de la empresa Jockey Club de Chiclayo midiendo la satisfacción laboral que ha representado un sistema de diagnóstico de la salud de una empresa identificando los factores intrínsecos que son los que miden la satisfacción laboral. El método utilizado fue de tipo cuantitativa, descriptiva y correlacional, aplicándose dos encuestas para la recolección de datos, la primera sobre clima organizacional y la segunda sobre satisfacción laboral. Concluyendo que la realización personal de los trabajadores si influye en la satisfacción laboral de los mismos, existiendo así relación entre el clima laboral y la satisfacción laboral de los colaboradores del centro de esparcimiento y recreación Jockey Club de Chiclayo.

Motta, A. (2013) en su tesis denominada "El concepto de identidad nacional en relación a la autorrealización de estudiantes universitarios". Universidad de San Martín de Porres Lima – Perú, cuyo objetivo fue determinar cómo influye el concepto de identidad nacional en relación a la autorrealización en estudiantes de primer ciclo de estudios generales de la Universidad San Martín de Porres – sede Santa Anita. La metodología utilizada fue descriptiva correlacional, el diseño fue de tipo No experimental ya que no se manipulo ninguna variable. Sus conclusiones se comprobaron que hay una relación significativa y positiva entre la identidad nacional y la autorrealización personal.

Torres, X. (2017), en su tesis denominada "La motivación y su relación con la eficacia laboral de los trabajadores de los restaurantes del distrito de Chancay-sector- Panamericana, año 2017". Universidad Cesar Vallejo Lima – Perú, cuyo objetivo fue determinar la relación de la motivación con la eficacia laboral de los trabajadores de los restaurantes del distrito de Chancay, 2017. Se utilizó la metodología de tipo aplicada ya que necesita de los estudios realizados anteriormente de las teorías científicas, el nivel de estudio fue descriptivo –

correlacional ya que se buscará medir la relación existente entre dos o más variables. Conclusiones: según los resultados que se obtuvo de dicha tesis se determinó que si existe una relación muy importante entre la variable motivación y la variable eficacia laboral en los restaurantes del distrito de Chancay.

Romero, V. (2017), en su tesis denominada "Propuesta de mejora del nivel motivacional en la autorrealización para los colaboradores del restaurante de comida rápida Popeyes – Chiclayo" de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo Chiclayo – Perú, cuyo objetivo fue desarrollar una propuesta de mejora del nivel motivacional en la autorrealización para los colaboradores del restaurante de comida rápida Popeyes en Chiclayo con el fin de determinar el grado de motivación de los colaboradores del restaurante, para ellos se utilizó como instrumento de medición "la escala de motivación de Steers y Braunstein" siendo descriptivo, considerándose de tipo mixto ya que fue cualitativo y cuantitativo a la vez, se ejecutó una serie de entrevistas aleatoriamente a algunos colaboradores de la empresa y posteriormente se realizó una encuesta a todos los trabajadores del restaurante de comida rápida. Se concluye que el grado de motivación en la autorrealización de los colaboradores se encuentra en un nivel alto, a pesar de ello es necesario proyectarse en una propuesta de mejora en la motivación del personal, no solo con las recompensas monetarias, siendo como sugerencia la de tener un liderazgo efectivo, con estrategias de coaching donde el empleado se sienta en confianza consigo mismo y desarrolle habilidades nuevas en mejora para tanto para su desarrollo personal como laboral.

Maslow, A. (2007) define la autorrealización como: la situación o estado alcanzado por unas cuantas personas, en su mayoría crea más bien una esperanza, un anhelo o un deseo que aún no se alcanza pero que se desea conseguir, por lo cual se muestra como una iniciativa hacia el desarrollo personal, integración, la salud, entre otros (p.131). Para Maslow es un ideal al que todo ser humano debe aspirar, la autorrealización nos permite cumplir aquellos objetivos personales y diferenciarnos así de los demás de una manera positiva. Al respecto, Guillermo Descalzi (1996) define la autorrealización como: Un proceso de actualización intencional de las capacidades o dotes potenciales que cada uno tiene. Estas capacidades o dotes pueden variar visiblemente entre personas

diferentes, lo cual también puede servir para diferenciarlas y caracterizándolas, conforme se van renovando (p.36). Lo dicho por Maslow y Descalzi es afirmado por Stephen Robbins (2004) que presenta como concepto de autorrealización "Es el impulso por convertirse en lo que uno es capaz de ser " (p.156). Este es un estado de plenitud total en cada uno de los seres humanos, así como la felicidad o bien como óptimo desenvolvimiento de nuestras funciones psicointelectuales o espirituales.

Para Maslow (1991), en la Teoría de la Jerarquía de las Necesidades nos dice que "comprende todas las gamas de las necesidades humanas donde el concepto más importante es la autorrealización, o la necesidad humana más elevada. (p.461), indicándonos que todos los seres humanos tenemos distintas necesidades, siendo la más importante y a la que todos pretendemos llegar, la autorrealización por llegar a ser quien somos capaz de llegar a ser. Considerando cinco dimensiones descritas a continuación:

Necesidades fisiológicas: también llamadas necesidades básicas ya que comprenden aquellas necesidades de alimento, agua, sueño y sexo. Siendo estas necesidades las más importantes para todo ser humano ya que logra satisfacerlos y mantenernos durante nuestra existencia.

Necesidades de seguridad: es aquella necesidad de sentirnos tranquilos sin ningún tipo de preocupaciones ni angustias, sino más bien deseando tener una sociedad estable y un gobierno que nos brinde protección.

Necesidades sociales: son aquellas vinculadas con el sentido de posesión, pertenencia, apego y amor por sentirnos parte de algún grupo tanto en el entorno familiar como en nuestro centro de trabajo o con amigos.

Necesidad de estima: todas las personas tenemos el deseo de tener desafíos y competencias que nos realcen y nos permitan sobresalir de los demás, así como ser respetados por los demás, siendo reconocidos y apreciados por sus méritos obtenidos, sin embargo, si esta necesidad no se satisface, el ser humano puede llegar a sentirse inferior a los demás e incluso sentirse desamparado.

Necesidad de autorrealización: es aquí donde el ser humano hace el uso pleno de todas sus capacidades, talentos y potencias, siendo esta una circunstancia no

estática sino más bien un procedimiento continuo en el que se utiliza las capacidades de manera plena y creativa, siendo uno mismo.

Así mismo Maslow (1991, p.468-469) nos menciona y define ocho conductas en caminadas hacia la autorrealización:

Concentración: primero autorrealización significa vivir de manera plena, la concentración es fijar tu pensamiento en un objetivo sin ningún tipo de distracción.

Decisiones de crecimiento: es decidir sobre tu vida en diferentes ámbitos, ya sea emocional, laboral o personal, teniendo una constante elección en la toma de decisiones para el propio desarrollo personal. Optar por el crecimiento implica abrirse a nuevas experiencias, corriendo el riesgo de enfrentarse hacia lo desconocido e incluso fracasar en el intento.

Conciencia de sí mismo: en la autorrealización cobramos una mayor conciencia de quienes somos y a donde queremos llegar actuando de la manera como realmente nos sentimos haciendo y expresándonos plenamente siendo nosotros mismos. Ello implica decidir lo que queremos hacer o ser sin importar lo que piensen los demás.

Honestidad: la honestidad y la responsabilidad por los propios actos constituyen elementos esenciales en la autorrealización, según Maslow en vez de querer agradar o ser aceptados por otras personas con nuestros pensamientos y formas de actuar, debemos buscar agradarnos a nosotros mismos, aceptándonos y preguntándonos quienes realmente somos y a donde queremos llegar.

Juicio: uno puede elegir y decidir con sabiduría lo mejor para su propia vida, así como escucharse así mismo en cada momento o situación que esté pasando en su día a día y saber decir con toda calma "NO" si es necesario y así lo desea.

Autodesarrollo: es un proceso continuo para el desarrollo de las propias potencialidades de cada persona, pudiendo pasar en cualquier momento de nuestra vida. Ello significa utilizar las habilidades e inteligencia propias y "esforzarse para hacer bien todo lo que uno desee hacer".

Experiencias cumbre: son momentos breves y transitorios de la autorrealización. Son instantes que no pueden compararse con ningún otro ya que son únicos e

incluso no pueden buscarse, en esos momentos somos plenos, íntegros, conscientes de uno mismo y del mundo que nos rodea; además actuamos, pensamos y sentimos de manera más clara y transparente.

Supresión de los mecanismos defensivos del yo: este es el último paso de la autorrealización es el de manifestarse uno mismo tal cual es, sabiendo y reconociendo lo que le gusta, lo que le disgusta, lo que es bueno y malo, hacia donde se dirige, que quiere hacer, cuáles son sus metas y sobre todo cuál es su misión.

Locker, E. (2008, p.19) presenta su teoría de la fijación (establecimiento) de metas u objetivo, manifestando que "el propósito de alcanzar una meta es un principio básico y primordial de motivación laboral". Esta teoría es una de las más concretas y ciertas con el sentido común de las personas, esto debido a que a partir del deseo que siente el ser humano por lograr un objetivo o una meta determinada, donde el trabajador se impulsa por alcanzar las metas y objetivos establecidos por su organización. Locker también establece funciones como: Centrar la acción y la atención estando más vigilantes y observadores a las tareas, reclutando la energía y el esfuerzo, aumentando la persistencia y contribuyendo de una manera eficiente con la elaboración de estrategias organizacionales. Estas metas pueden ayudar al desarrollo personal de los trabajadores, según sus capacidades por desarrollar su trabajo de una manera más eficaz. Una meta debe ser desafiante pero no imposible de alcanzar. Según Mc Clelland, D. (1989, p.217), en la Teoría de motivación de logro, sostuvo que todas las personas poseen tres tipos de necesidades, que son:

Necesidad de logro: donde las personas se distinguen de otras por su aspiración y ganas de realizar mejor las cosas, buscando soluciones rápidas frente a los problemas e incluso pudiendo encontrarse en situaciones donde se establezcan metas desafiantes y retadoras para uno mismo.

Necesidad de poder: se refiere al interés que se tiene por influir sobre los demás, controlando así sus pensamientos y deseos de superación obteniendo así el reconocimiento por parte de ellas. Estas personas disfrutan estar a cargo de los demás, generalmente son personas líderes que se esfuerzan por influenciarlos, ganándose así el buen prestigio sobre los demás.

Necesidad de afiliación: donde las personas sienten la necesidad de relacionarse con los demás, siendo aceptados en diferentes grupos ya sea familiares, compañeros de trabajo o amigos, estableciendo relaciones interpersonales con los integrantes de aquellos grupos.

Según Chiavenato, I. (2007), "La eficacia laboral se basa en alcanzar las metas y los objetivos de la empresa optimizando los recursos y teniendo un adecuado diseño de puestos acorde a las habilidades y el talento de cada trabajador permitiendo realizar una labor más eficaz dentro de su área de trabajo" (p.24). Por otro lado, Fernández, M. y Sánchez, J. (1997) nos menciona que: La eficacia laboral remite siempre de una percepción de mejora, de progresivo perfeccionamiento o diciéndolo con palabras más actuales, de mejora continua, llevando así una marcha de comparación entre lo que es y lo que no es, lo que se hace y lo que se podría llegar hacer o lo que es y hace la competencia (p.19). Por su parte Merli, G. (1997) sostiene que: es la disposición que tiene una empresa para lograr e importantes resultados con mucha rapidez, colocándose así en una gran posición por alcanzar el éxito deseado, ya sea en un corto, mediano o largo plazo. En otras palabras, la eficacia laboral es la clave para que cualquier empresa sea líder y se mantenga así por mucho tiempo, trascendiendo sobre las demás organizaciones (p.1). Velaz, J. (1996), precisa que la teoría la equidad como: "aquella teoría que hace que sus colaboradores se sientan siempre motivados por ser tratados equitativamente uno sobre otros, sin distinciones de ningún tipo y haciéndolos sentir que son justos con todos por igual" (p.156). Esta teoría fue desarrollada por Adams, S. (1963) donde plantea que los empleados se percatan lo que reciben de un trabajo realizado (salidas) con relación a lo que aportan a esta (entradas) para luego comparar en relación de estas entradas y salidas con las relaciones de entradas y salidas de otros colaboradores, ya sea de su misma jerarquía u otra (p.85).

Además, considera que existen 4 fases para desarrollar este proceso.

Primera fase: el individuo distingue entre los aportes que otorga a la empresa y las recompensas que obtiene de ella. Para luego efectuar una primera evaluación muy similar a que originan Barnard y Simón en su "teorema del equilibrio".

Segunda fase: el individuo compara la proporción entre sus aportes - recompensas

con las que reciben sus demás compañeros de trabajo. Si el individuo observa y se da cuenta de que las proporciones no son equitativas, desarrollará un sentimiento de inequidad.

Tercera fase: el individuo confirma que en efecto existe inequidad se verá presa de una tensión laboral, cuanto mayor sienta que es la desigualdad se podrían generar incluso discusiones y enfrentamientos en la empresa, logrando que se obtenga un mal clima laboral.

Cuarta fase, el individuo se verá imposibilitado, con el fin de calmar la tensión aparecida, a reducir la desigualdad mediante su intervención con su jefe directo.

Según esta teoría los trabajadores de una organización se sienten satisfechos y motivados con las recompensas dadas por un esfuerzo trabajado en proporción con el esfuerzo que realizan los demás, juzgando así la equidad de sus recompensas, comparándolas con las recompensas de otros compañeros de trabajo. Chiavenato, I. (2007, p.53), nos dice que esta teoría de motivación – higiene, está basada en el ambiente externo y dependen de dos factores.

Factores Higiénicos: La expresión higiene evidencia establecer su carácter preventivo, indicándonos que están hechas para evitar la insatisfacción laboral. refiriéndose a todas aquellas condiciones que están alrededor del trabajador, estas pueden ser tanto físicas, así como ambientales, por ejemplo: el salario, el clima laboral, las políticas de la compañía, las condiciones físicas del trabajo etc. Sin embargo, los factores higiénicos no influyen de una manera poderosa en las conductas de los trabajadores.

Factores Motivacionales: son aquellas tareas y obligaciones que tiene el colaborador que hace que sienta un efecto de satisfacción logrando producir un aumento en la productividad. Componiendo sentimientos de realización, crecimiento y reconocimiento personal. Si este factor es perfecto se eleva la satisfacción y comprenden puntos como: delegación de responsabilidades, posibilidad de ascender a un mejor puesto de trabajo y la valoración y reconocimiento total de las habilidades y talentos personales.

Esta teoría recalca que la satisfacción laboral se encuentra en la optimización y valoración de cada trabajador de acuerdo a su trabajo realizándose de manera

eficaz, teniendo desafíos que lo ayude a sacar todo su potencial a flote para la mejora de su área laboral, estas son llamadas factores motivacionales, sin embargo, la insatisfacción laboral tiene que ver con el ambiente que se suscite dentro de su área laboral, con sus colegas o compañeros de trabajo y del contexto general del puesto de trabajo llamado así factores higiénicos. Según Chiavenato (2007), los seres humanos somos capaces de desarrollarnos según nuestros talentos, siendo competitivos y destacando sobre los demás por nuestras ideas y pensamientos en capacidad de agregarle valor a la empresa con el gran capital humano que tiene dentro de su organización, haciéndola así más competitiva y ágil para la competencia (p.69).

Las organizaciones deben considerar estos cuatro puntos indispensables:

Autoridad: se trata de otorgarle la facultad de tomar decisiones independientes de los que ya estén establecidos por la empresa a los trabajadores sobre acciones y recursos para la mejora de su área de trabajo o la empresa.

Información: es importante que los empleados conozcan todo lo necesario acerca de su centro laboral y conozcan la información necesaria de la misma como su misión, visión y valores para así facilitar la toma de decisiones y la búsqueda de mejores caminos.

Recompensas: se trata de otorgar incentivos y o recompensas que fomenten la eficacia en las empresas. Este es uno de los motivadores más poderosos por el trabajo bien hecho, las recompensas funcionan bien como un plus o una gratificación por haber hecho un buen trabajo.

Competencias: sirven para ayudar a los colaboradores a desplegar sus habilidades y talentos que pueden haber estado escondidos, además de esta manera se pueden crear nuevos puestos de trabajo dentro de la organización, ya que se descubren nuevas competencias que el colaborador necesita para alcanzar sus objetivos establecidos, ya sean personales, laborales o ambos por su satisfacción y ganas de superación por alcanzar la autorrealización deseada y anhelada por muchos.

El diseño de puestos para Ritzman, K. y Larry R. (2000). "Especifica el contenido de este, las habilidades y capacitación que el empleado requiere para

realizar ese trabajo" (p.174).

Combinar tareas: consiste en unir y combinar tareas separadas en una sola mientras que el diseño clásico de puestos se preocupa por dividir el trabajo en tareas especializadas, hoy en día la tendencia es unir esas tareas, aumentando así la diversidad en el trabajo y la identificación con la tarea en cada área de la empresa, estando orientada hacia los resultados, cumpliendo con las metas y objetivos establecidos.

Relación directa con el cliente o usuario: consta en crear una relación duradera y amable entre el cliente y el vendedor o cualquier otro usuario externo. La importancia de la calidad en la atención al cliente es clave para obtener mejores ventas y mayor ganancia en una empresa, por lo cual se debe construir un vínculo duradero y de comunicación directa con el usuario. La habilidad para atender las exigencias del cliente es vital, se debe escuchar los requerimientos y recomendaciones para brindar una buena atención al cliente y usuario, es por ello la importancia de la atención al público logrando así obtener una buena experiencia de compra para sus clientes.

El problema general de la investigación fue: ¿Cómo influye la autorrealización en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019 y los problemas secundarios fueron: ¿Cómo influyen las conductas en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019?, ¿Cómo influyen las metas en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019?, ¿Cómo influyen los deseos en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019?

La justificación del estudio fue teórica ya que busca a través de la teoría y los conceptos de autorrealización y eficacia laboral establecer si existe influencia entre una variable de la otra, pudiendo ser de gran ayuda en las futuras tesis y/o trabajos de investigación de los estudiantes de administración, ya que esta investigación les permitirá conocer las diferentes percepciones por parte de los colaboradores, así de esta manera se conocerán los problemas que pueden estar impidiendo la autorrealización y la eficacia laboral en Plaza Veá, Callao. Sirviendo para que otros investigadores que usen variables similares al tema, indaguen con interés en dichas variables y su influencia dentro de una organización y

metodológica; ya que se aplicaron técnicas estadísticas e instrumentos de investigación para la recolección de datos, otorgándoles información confiable para así poder demostrar la influencia de la autorrealización con la eficacia laboral.

El Objetivo principal fue: Determinar la influencia de la autorrealización en la eficacia laboral en plaza vea, callao, 2019, los objetivos secundarios fueron: determinar la influencia de las conductas en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Vea, Callao, 2019, determinar la influencia de las metas en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Vea, Callao, 2019 y determinar la influencia de los deseos en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Vea, Callao, 2019.

La hipótesis principal fue: La autorrealización influye en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Vea, Callao, 2019, las hipótesis secundarias fueron: Las conductas influyen en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Vea, Callao, 2019, las metas influyen en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Vea, Callao, 2019 y los deseos influyen en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Vea, Callao, 2019.

III. MÉTODO

3.1 Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación: Aplicada

Para Sampieri, R. (2010), menciona que “la investigación es aplicada, ya que se analizan dos o más variables y los resultados se usan de forma inmediata a fin de solucionar los problemas encontrados en la realidad” (p.113).

Diseño de Investigación: No Experimental - de Corte Transversal

Según Sampieri, R. (2010) sostiene que “una investigación No experimental se elabora sin manipular ninguna de las variables.” (p.149). Así mismo Hernández, Fernández y Baptista (2010) sostienen que “la investigación transaccional o transversal recogen los datos en un único momento, teniendo como único propósito descubrir las variables y analizar su incidencia en un momento dado” (p. 151).

Enfoque: Cuantitativo

Según los autores Hernández, Fernández y Baptista (2010), “el enfoque cuantitativo usa para que a través de la recolección de datos se pruebe una hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico. Para probar dichas teorías que pueden ser ciertas o falsas como establecer patrones de comportamiento” (p.4).

Nivel: Explicativo – Causal

Para Arias, F. (2006), el nivel explicativo – causal es el encargado de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento causa - efecto. El estudio explicativo determinará las causas y los efectos a través de la prueba de hipótesis (p.26).

Método de investigación: Hipotético – Deductivo

Para Bernal, C. (2010), el método Hipotético - deductivo se trata de un método que empieza a raíz de unas afirmaciones en calidad de hipótesis y lo que se busca es objetar o rechazar tales hipótesis, suponiendo de ellas desenlaces o conclusiones que deben compararse y ser comprobadas con los hechos (p.60).

3.2 Variables y operacionalización

Variable 1: Autorrealización

Dimensiones V1: Conductas, metas y deseos.

Variable 2: Eficacia Laboral

Dimensiones V2: Alcanzar los objetivos y resultados, los recursos y el diseño de puestos.

3.3 Población y muestra

Población: el grupo o conjunto de estudio fue constituido por 70 colaboradores de ambos sexos entre: cajeros, y personal de las diferentes áreas como: abarrotes, frescos 1 y 2, textil, bazar, panadería y electro. Hernández, Fernández y Baptista (2010) aseguró que “una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p.174).

La muestra es igual al número de población, 70 colaboradores, siendo una muestra de tipo censal. Hernández, Fernández y Baptista (2010) afirmo que “la muestra es, en esencia, un sub grupo de la población” (p.175). Para Arias, F. (2012) el censo busca recolectar toda la información necesaria de toda una población, así como existen censos nacionales donde se recaba información de toda una población de un país, también lo puede haber para solo la totalidad de una región, un distrito o el total de miembros de una empresa específica (p.33).

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

La técnica usada fue la encuesta con escalamiento de Likert (ordinal). Según Bernal, C. (2010) la encuesta es una de las técnicas más usadas para recolectar los datos y consta de un cuestionario con una serie de preguntas relacionadas a la investigación que se está realizando las cuales servirán para obtener la información requerida (p.194).

Para la investigación, se utilizó el cuestionario como instrumento de recolección de datos que constó de 20 preguntas, el instrumento estuvo dividido en 10 preguntas para la variable autorrealización y 10 para la variable eficacia laboral. Arias, F. (2009), este señala que “el cuestionario es una modalidad de encuesta, se realiza de forma escrita con una serie de preguntas” (p.72).

El instrumento fue validado a juicio de tres expertos que dieron validez a todas las preguntas, colocando cada uno sus respectivas firmas. Para Martínez, A. (2001) “el juicio de expertos se trata de una aproximación cualitativa que busca encontrar cierto consenso entre la opinión de un conjunto de expertos en el tema en cuestión” (p.15).

El instrumento fue validado por los docentes siguientes:

Tabla 1.

Juicio de expertos		
Grado	Expertos	Calificación
Mg.	Rosales Domínguez, Edih G.	Si cumple
Mg.	Casma Zarate, Carlos	Si cumple
Dr.	Alva Arce, Rosel César	Si cumple

Fuente: elaboración propia

Para la presente investigación se aplicó una encuesta piloto a 30 colaboradores, formulándoles 20 preguntas, 10 de cada variable, esto con la intención de medir el cuestionario a través del alfa de Cronbach.

Hernández, Fernández y Baptista (2010) nos dice que “la confiabilidad de un instrumento se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales, es decir, que en diferentes circunstancias y considerando que el factor tiempo no influya, una persona debería responder lo mismo a las mismas preguntas” (p. 200).

Tabla 2.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,812	20

Fuente: IBM SPSS Statistic 22

George y Mallery (2003, p. 231), nos dicen que para evaluar el alfa de Cronbach debemos tener en cuenta los siguientes coeficientes:

Coeficientes de Alfa de Cronbach

Coeficientes de Alfa de Cronbach	
Coeficiente alfa > 9	Es excelente
Coeficiente alfa > 8	Es bueno
Coeficiente alfa > 7	Es aceptable
Coeficiente alfa > 6	Es cuestionable
Coeficiente alfa > 5	Es pobre
Coeficiente alfa < 5	Es inaceptable

Fuente: George y Mallery (2003, p.231)

Figura 1.

Interpretación:

Si el coeficiente de Alfa de Cronbach es mayor a 9, se debe tener en cuenta considerar que el instrumento evaluado es confiable y presenta una fiabilidad excelente, sin embargo, en esta ocasión el coeficiente obtenido fue de 0.812 lo cual es bueno y cuenta con una alta confiabilidad.

3.5 Procedimiento

Primera etapa: se prepara los instrumentos a usarse para realizar la encuesta, previamente validada por los expertos.

Segunda etapa: solicitar la autorización para realizar la encuesta a los trabajadores de las diferentes áreas del hipermercado Plaza Veá Callao.

Tercera etapa: ejecución de la encuesta realizada a los trabajadores de las diferentes áreas del hipermercado Plaza Veá Callao.

3.6 Método de análisis de datos

Se tomó en cuenta el análisis descriptivo inferencial, donde se puede observar el comportamiento del tamaño de la muestra, para ello se utilizará el programa "Statistical Package for the Social Science" (SPSS) versión 22 estadística. La cual proceso el resultado de la encuesta realizada para la presente investigación.

3.7 Aspectos éticos

El presente proyecto de investigación se realizó cumpliendo con las normas definidas por la Universidad Privada César Vallejo, respetando la veracidad de los resultados obtenidos, así como el anonimato de los encuestados.

Los datos obtenidos en este proyecto de investigación solo serán usados para fines única y exclusivamente universitarios.

IV. RESULTADOS

Tabla 3: Resultado descriptivo de la dimensión Conductas (agrupada)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	1	3.3	3.3	3.3
Muy pocas veces	3	10.0	10.0	13.3
Alguna vez	5	16.7	16.7	30.0
Casi siempre	12	40.0	40.0	70.0
Siempre	9	30.0	30.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia mediante SPSS

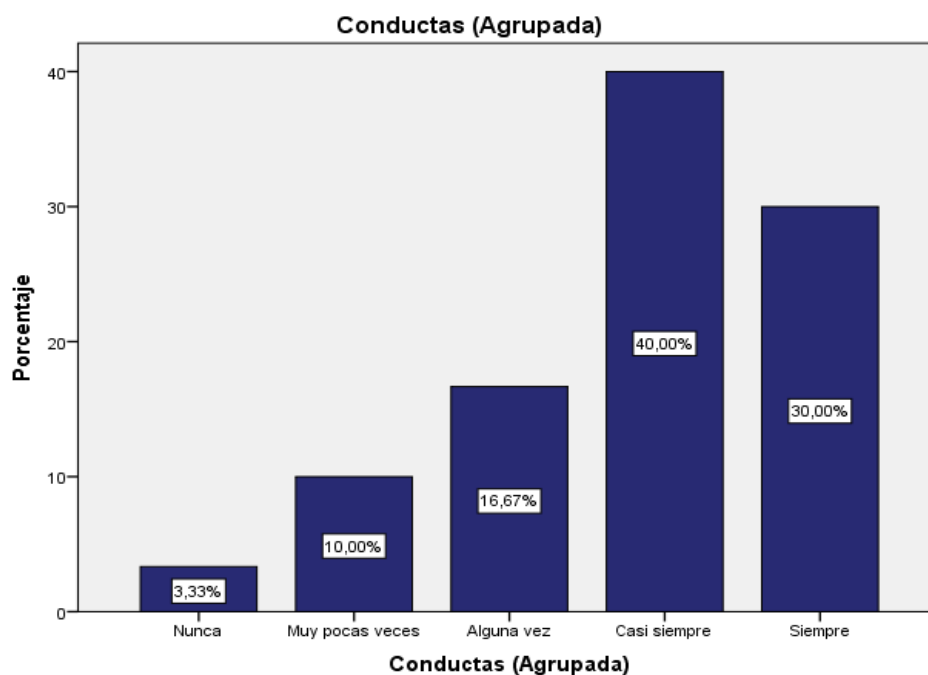


Figura 2: Descripción gráfica de la dimensión Conductas (agrupada)

Interpretación:

Según los resultados de la tabla 3 se aprecia que el 40% de la muestra conformado por los colaboradores del Hipermercado Plaza Veá, Callao, respondió “casi siempre” con respecto a la dimensión analizada, también se observa que el 30% respondió “siempre”, mientras que el 16,67% respondió “alguna vez”, por otro lado, un 10% respondió “muy pocas veces” y un 3,33% respondieron “nunca” con respecto a la dimensión conductas.

Tabla 4: Resultado descriptivo de la dimensión Metas (agrupada)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	5	16,7	16,7	16,7
Muy pocas veces	8	26,7	26,7	43,3
Alguna vez	4	13,3	13,3	56,7
Casi siempre	7	23,3	23,3	80,0
Siempre	6	20,0	20,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia mediante SPSS

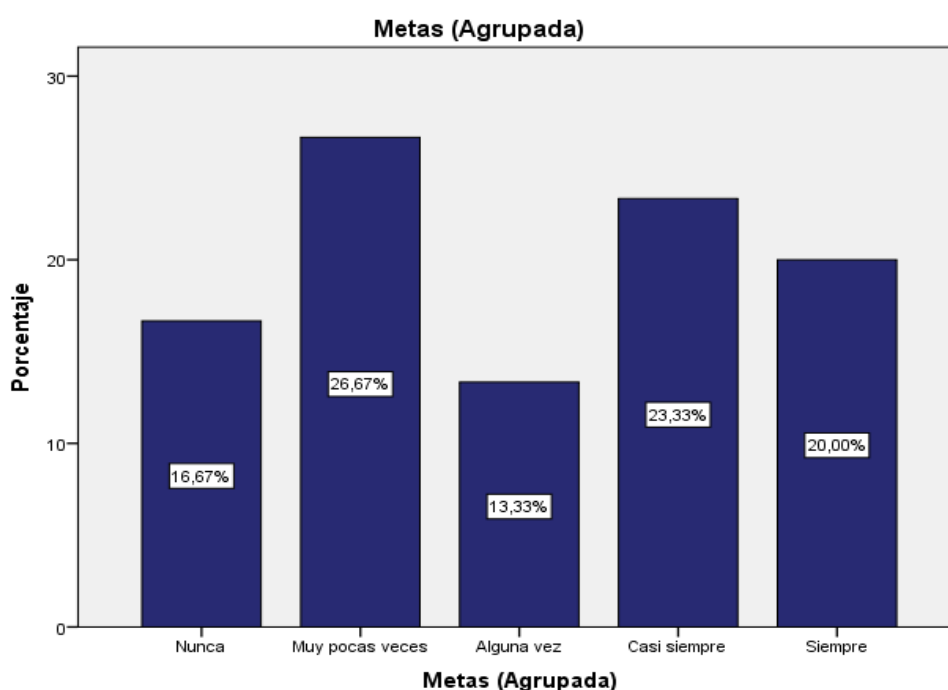


Figura 3: Descripción gráfica de la dimensión Metas (agrupada)

Interpretación:

Según los resultados de la tabla 4 se observa que el 26,67% de la muestra constituido por los colaboradores del Hipermercado Plaza Vea, Callao, respondió “muy pocas veces” con respecto a la dimensión estudiada, también se observa que el 23,33% respondió “casi siempre”, mientras que el 20% respondió “siempre”, por otro lado, un 16,67% respondió “nunca” y un 13,33% respondieron “alguna vez” con respecto a la dimensión metas.

Tabla 5: Resultado descriptivo de la dimensión Deseos (agrupada)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	4	13,3	13,3	13,3
Muy pocas veces	4	13,3	13,3	26,7
Alguna vez	11	36,7	36,7	63,3
Casi siempre	9	30,0	30,0	93,3
Siempre	2	6,7	6,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia mediante SPSS

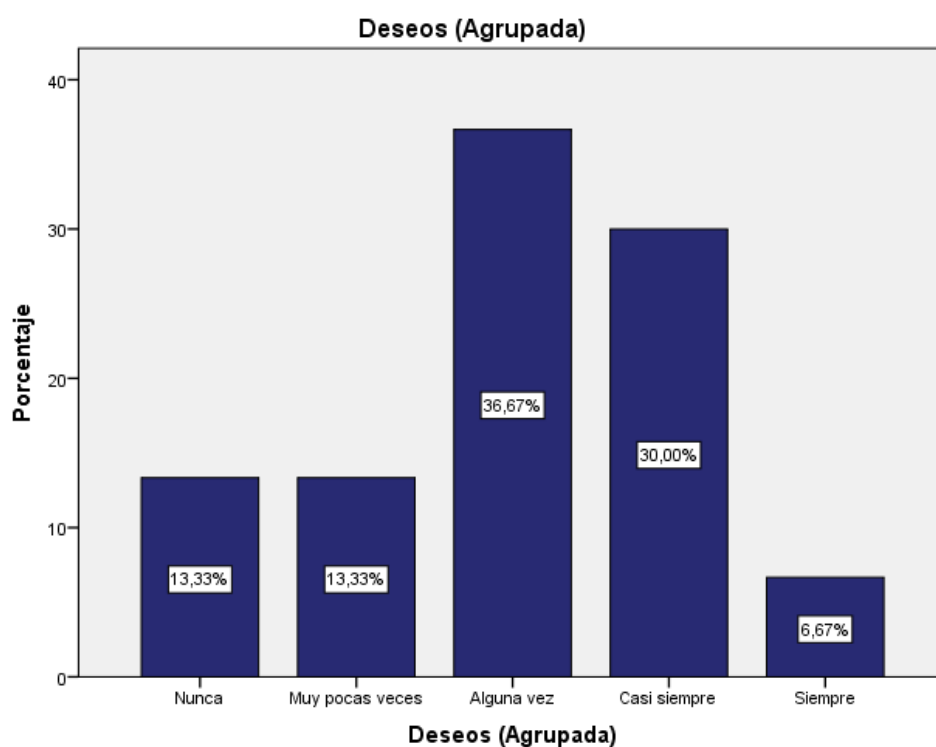


Figura 4: Descripción gráfica de la dimensión Deseos (agrupada)

Interpretación:

Según los resultados de la tabla 5 se observa que el 36.67% de la muestra conformado por los colaboradores del Hipermercado Plaza Veá, Callao, respondió “alguna vez” con respecto a la dimensión estudiada, también se observa que el 30% respondió “casi siempre”, mientras que el 13.33% respondió “nunca” y “muy pocas veces” por otro lado el 6,67% respondieron “siempre” con respecto a la dimensión deseos.

Tabla 6: Resultado descriptivo de la dimensión Alcanzar los objetivos y resultados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	1	3,3	3,3	3,3
Muy pocas veces	9	30,0	30,3	33,3
Alguna vez	14	46,7	46,7	80
Casi siempre	6	20,0	20,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia mediante SPSS

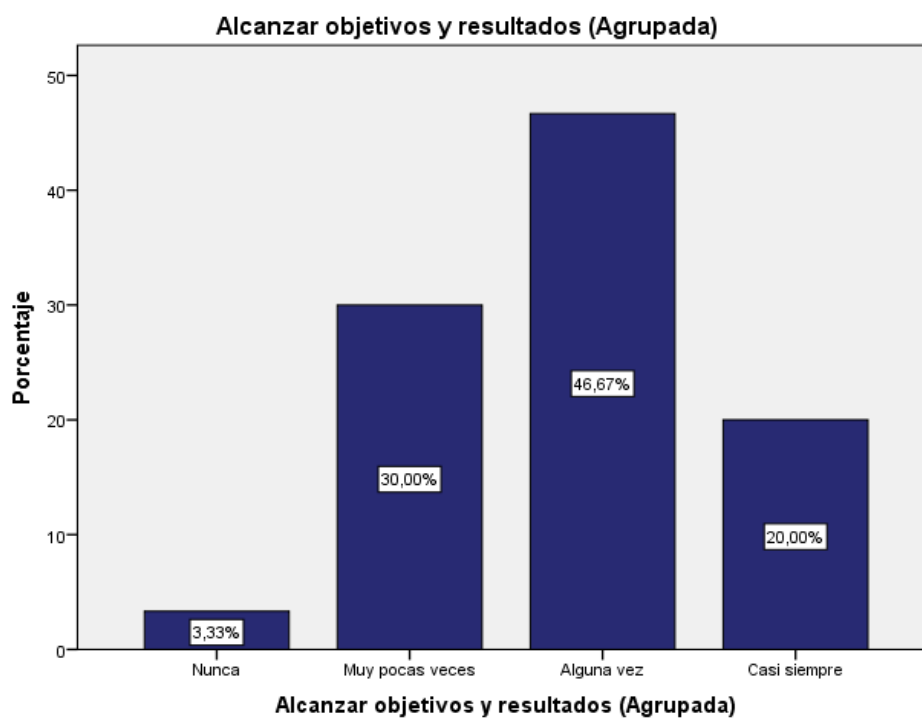


Figura 5: Descripción gráfica de la dimensión Alcanzar los objetivos y resultados

Interpretación:

Según los resultados de la tabla 6 se observa que el 46.67% de la muestra conformado por los colaboradores del Hipermercado Plaza Veá, Callao, respondió “alguna vez” con respecto a la dimensión estudiada, también se observa que el 30% respondió “muy pocas veces”, mientras que el 20% respondió “casi siempre” y el 3,33% respondieron “nunca” con respecto a la dimensión alcanzar objetivos y resultados.

Tabla 7: Resultado descriptivo de la dimensión Recursos (agrupada)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	2	6,7	6,7	6,7
Muy pocas veces	7	23,3	23,3	30,0
Alguna vez	7	23,3	23,3	53,3
Casi siempre	14	46,7	46,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia mediante SPSS

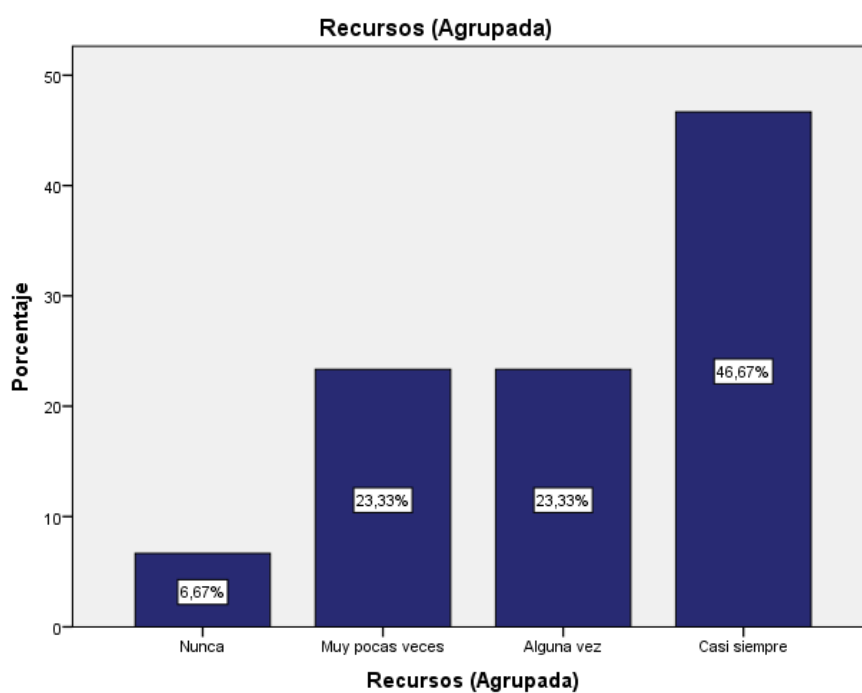


Figura 6: Descripción gráfica de la dimensión Recursos (agrupada)

Interpretación:

Según los resultados de la tabla 7 se observa que el 46.67% de la muestra conformado por los colaboradores del Hipermercado Plaza Veá, Callao, respondió “casi siempre” con respecto a la dimensión estudiada, también se observa que el 23,33% respondió “muy pocas veces” y “alguna vez”, mientras que el 6,67% respondió “nunca” con respecto a la dimensión recursos.

Tabla 8: Resultado descriptivo de la dimensión Diseño de puestos (agrupada)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	1	3,3	3,3	3,3
Muy pocas veces	3	10,0	10,0	13,3
Alguna vez	11	36,7	36,7	50
Casi siempre	14	46,7	46,7	96,7
Siempre	1	3,3	3,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia mediante SPSS

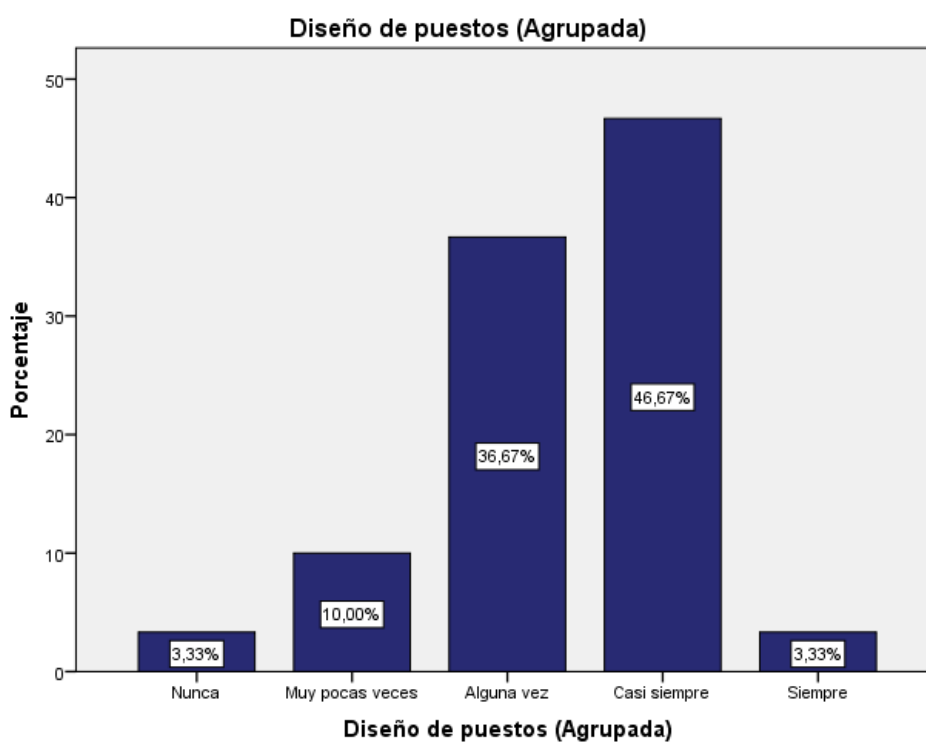


Figura 7: Descripción gráfica de la dimensión Diseño e puestos (agrupada)

Interpretación:

Según los resultados se observa que el 36.67% de la muestra conformado por los colaboradores del Hipermercado Plaza Vea, Callao, respondió “alguna vez” con respecto a la dimensión estudiada, también se observa que el 46,67% respondió “casi siempre”, mientras que el 10% respondió “muy pocas veces” por otro lado el 3,33% respondieron “siempre” y “nunca” con respecto a la dimensión deseos.

4.2 Contratación de hipótesis

Hipótesis General

HG: La autorrealización influye en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019.

H0: La autorrealización no influye en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019.

H1: La autorrealización está influyendo en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019.

Nivel de significancia: 5% N nivel de aceptación: 95% Z= 1.96.

Regla de decisión:

- a) Si $\alpha < 0,05$ se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alternativa (H1).
- b) Si $\alpha > 0,05$ se acepta la hipótesis nula (Ho) y se rechaza la hipótesis alterna (H1).

Tabla 9: Correlaciones de variables de la Hipotesis General 1

Correlaciones				
Rho de Spearman	Autorrealización	coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	Autorrealización	Eficacia laboral
			1,000	,983
		N	30	30
	Eficacia laboral	coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,983	1000
			,000	
		N	30	30

Interpretación: El resultado del coeficiente de correlación de Spearman entre la variable autorrealización y la variable eficacia laboral es de nivel positiva muy fuerte ya que su valor es de 0,983. Así mismo, la significancia hallada es de 0,000 siendo menor que la significancia de trabajo fijada de 0,05 lo cual significa que se debe

rechazar la hipótesis H0, es decir que se acepta la hipótesis alterna y se demuestra que la hipótesis general HG es verdadera, es decir la autorrealización si influye positivamente con la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Vea, Callao, 2019.

Hipotesis específicas 1

HE1: Las conductas influyen en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Vea, Callao, 2019.

H0: Las conductas no influyen en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Vea, Callao, 2019.

H1: Las conductas están influyendo en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Vea, Callao, 2019

Nivel de significancia: 5% N nivel de aceptación: 95% Z= 1.96.

Regla de decisión:

- a) Si $\alpha < 0,05$ se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alternativa (H1).
- b) Si $\alpha > 0,05$ se acepta la hipótesis nula (Ho) y se rechaza la hipótesis alterna (H1).

Tabla 10: Correlaciones de variables de la Hipotesis Específica 1

Correlaciones				
Rho de Spearman	Conductas	coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	Conductas	Eficacia laboral
		N	30	30
	Eficacia laboral	coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,895	1,000
			,002	
		N	30	30

Interpretación: se tiene como resultado que, existe influencia positiva entre las conductas y la eficacia laboral en los colaboradores del Hipermercado Plaza Vea, Callao, 2019.

Hipotesis especificas 2

HE2: Las metas influyen en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019.

H0: Las metas no influyen en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019.

H1: Las metas están influyendo en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019

Nivel de significancia: 5% N nivel de aceptación: 95% Z= 1.96.

Regla de decisión:

- a) Si $\alpha < 0,05$ se rechaza la hipótesis nula (H₀) y se acepta la hipótesis alternativa (H₁).
- b) Si $\alpha > 0,05$ se acepta la hipótesis nula (H₀) y se rechaza la hipótesis alterna (H₁).

Tabla 11: Correlaciones de variables de la Hipotesis Específica 2

Correlaciones				
Rho de Spearman	Metas	coeficiente de correlación	1,000	,901
		Sig. (bilateral)		,003
		N	30	30
	Eficacia laboral	coeficiente de correlación	,901	1,000
		Sig. (bilateral)	,003	
		N	30	30

Interpretación: el coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,901; con un nivel de significancia de ,003, lo cual nos señala que existe influencia moderada entre las metas y la eficacia laboral en los colaboradores del Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019.

4.2.4 Hipótesis específica 3

HE3: Los deseos influyen en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019.

H0: Los deseos no influyen en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019.

H1: Los deseos están influyendo en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019.

Nivel de significancia: 5% N nivel de aceptación: 95% Z= 1.96.

Regla de decisión:

- a) Si $\alpha < 0,05$ se rechaza la hipótesis nula (H₀) y se acepta la hipótesis alternativa (H₁).
- b) Si $\alpha > 0,05$ se acepta la hipótesis nula (H₀) y se rechaza la hipótesis alterna (H₁).

Tabla 12: Correlaciones de variables de la Hipotesis Específica 3

Correlaciones				
Rho de Spearman	Deseos	coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	Deseos	Eficacia laboral
			1,000	,900
				,003
		N	30	30
	Eficacia laboral	coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,900	1,000
			,003	
		N	30	30

Interpretación: el coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,900; con un nivel de significancia de ,003, lo cual nos señala que existe influencia moderada entre los deseos y la eficacia laboral en los colaboradores del Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019.

V. DISCUSIÓN

Discusión – Hipotesis general

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la presente investigación y teniendo como objetivo general: determinar la influencia de la autorrealización en la eficacia laboral en el hipermercado Plaza Vea, Callao, 2019. Se aprecia según la encuesta realizada a los colaboradores que: si existe una influencia muy fuerte y positiva con un 98.3 % sobre la variable autorrealización y la variable eficacia laboral, por lo tanto, se acepta la hipótesis general de la presente tesis, aclarando así que la autorrealización tiene un alto nivel de influencia significativamente en la eficacia laboral de cada uno de los colaboradores del hipermercado Plaza Vea, Callao, 2019.

Esto también es coherente de acuerdo a la investigación realizada por Olvera, Y. (2013), en su trabajo de investigación: “Estudio de la Motivación y su influencia en la eficacia laboral de los Empleados Administrativos del Área Comercial de la Constructora Furoiani Obras y Proyectos” de la Universidad de Guayaquil en Guayaquil – Ecuador, para la obtención del título profesional de Psicología Industrial cuyo objetivo fue estudiar la motivación como influencia en la eficacia laboral, su metodología usada fue descriptiva, usando el método científico con diseño transversal correlacional causal. Se llega a la conclusión que: los factores operativos como el trabajo en equipo y la seguridad laboral influyen en la eficacia del trabajador, además van de la mano con la motivación y las ganas de superación y desarrollo personal de cada ser humano.

Así mismo, Miranda, S. (2017), en su tesis “La Autorrealización laboral en los agentes y representantes del área de ventas de una empresa dedicada al rubro de distribución de productos de consumo masivo” de la Universidad de Chile en Santiago de Chile – Chile, para la obtención del título profesional de Psicólogo, cuyo objetivo fue: conocer los motivos que influyeron para la autorrealización laboral de los vendedores de una empresa de distribución productos de consumo masivo, teniendo como metodología un estudio de tipo exploratorio – descriptivo no experimental. Teniendo como conclusiones que: los encuestados que se han sentido autorrealizados laboralmente fue porque se sienten capaces de desarrollar

las competencias establecidas por la empresa para la eficacia en sus labores, sin embargo, se percibe inseguridad por algunos colaboradores esto debido a problemas en la comunicación con la jefatura, pudiéndose plantear desde Maslow como necesidades sociales.

Por otro lado, Torres, X. (2017), en su tesis denominada “La motivación y su relación con la eficacia laboral de los trabajadores de los restaurantes del distrito de Chancay-sector- Panamericana, año 2017”. Universidad Cesar Vallejo Lima – Perú, cuyo objetivo fue determinar el grado de relación entre la motivación y la eficacia laboral de todo el personal de los restaurantes del distrito de Chancay. Se utilizó la metodología de tipo aplicada, el nivel de estudio fue descriptivo – correlacional ya que se tienen dos variables las cuales serán medidas para observar el grado de relación que existe entre una variable y la otra. Concluyendo y de acuerdo a los resultados obtenidos se puede determinar que existe una relación significativa entre la motivación y la eficacia laboral de los restaurantes del distrito de Chancay, 2017.

La realidad que viven los colaboradores del hipermercado Plaza Vea Callao es muy parecida a los casos de investigación de los autores mencionados ya que los principales factores influyentes en la eficacia laboral son el trabajo en equipo, la seguridad, motivación y comunicación. Los colaboradores se sienten capaces de lograr los objetivos establecidos por la empresa para lograr así la eficacia laboral que se necesita en su centro de labores y sobre salir en cada una de sus funciones, estableciendo nuevos retos y estrategias institucionales.

Teniendo en cuenta los aportes de Olvera, Miranda y Torres, señalados anteriormente, así como los resultados obtenidos en la presente investigación, se concluye que estos guardan gran grado de similitud.

Discusión – Hipotesis específica 1

Se planteó como primer objetivo específico el determinar la influencia de las conductas en la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Vea, Callao, 2019. Se concluye que existe una influencia positiva del 89.5 % entre las conductas y la eficacia laboral. Rechazando así la hipótesis nula, por lo tanto, se aceptó la

hipótesis de investigación indicando que existe influencia entre las conductas y la eficacia laboral en los colaboradores del Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019.

Según Maslow (1991) nos menciona y define ocho conductas que son: la sensatez, moralidad de sí mismo, eliminación de los mecanismos defensivos del yo, autodesarrollo, la toma de decisiones, experiencias cumbre y la concentración.

Por lo tanto, se puede decir que los colaboradores del hipermercado Plaza Veá Callao, consideran que es importante las conductas que ellos tomen en su área de trabajo como un factor de eficacia laboral, donde cada uno puede dar lo mejor de sí, siendo eficaz en sus funciones laborales.

Etonces teniendo en cuenta los aportes de Maslow (1991), mencionado anteriormente con los resultados expuestos en la prueba de constatación de hipótesis de investigación, se concluye finalmente que estos guardan relación.

Discusión – Hipotesis específica 2

Se planteó como segundo objetivo específico el determinar la influencia que existe entre las metas y la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019. Determinándose de la misma manera que: existe una correlación positiva alta de un 90.1 % entre la dimensión de la variable independiente (metas) y la variable dependiente (eficacia laboral). Rechazando la hipótesis nula, por lo tanto, se aceptó la hipótesis de investigación indicando que las metas si influyen en los colaboradores del Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019.

Según Locker (2008), en su teoría de la fijación de metas u objetivos, afirma que: “la intención de alcanzar una meta es una fuente básica de motivación en el trabajo” (p.19). Esta teoría es una de más acordes con el sentido común ya que a partir de deseo que siente el ser humano por llegar a lograr un objetivo o alguna meta establecida en su vida este se motiva para alcanzarla, los colaboradores del hipermercado Plaza Veá Callao deben centrar la acción y la atención concentrándose en sus tareas, movilizandó la energía y el esfuerzo por aumentar la persistencia y ayudando en a la elaboración de las estrategias de centro de trabajo. Estas metas pueden ayudar al desarrollo personal de cada colaborador desarrollando su trabajo de una manera más eficaz.

Por lo cual teniendo en cuenta las contribuciones de Locker (2008), mencionando en el párrafo anterior, conjuntamente con los resultados obtenidos en la prueba de constatación de la segunda hipótesis de investigación, se concluye que estos guardan relación.

Discusión - Hipotesis específica 3

Se planteó como tercer objetivo específico el determinar la influencia que existe entre los deseos y la eficacia laboral del Hipermercado Plaza Vea, Callao, 2019. De igual manera, se determinó que: existe una correlación positiva muy fuerte de un 90.0 % entre la dimensión de la variable independiente (deseos) y la variable dependiente (eficacia laboral). Se rechazó la hipótesis nula, por lo tanto, se aceptó la hipótesis de la investigación indicando que, los deseos influyen en la eficacia laboral en los colaboradores del Hipermercado Plaza Vea, Callao, 2019.

Según Maslow (1991), define los deseos como: “son aquellos que poseemos en nuestra vida diaria, de una manera cotidiana, teniendo una importante característica, siendo generalmente recursos para alcanzar una meta u objetivo de sí mismos” (p.6). Mc Clelland (1989), en su teoría de motivación - logro, sostiene que las personas tienen tres tipos de necesidades que son: las necesidades de logro, la necesidad de poder y la necesidad de afiliación. Estas necesidades establecen que las personas se diferencian de otras por su deseo de realizar mejor las cosas y sobresalir sobre los demás, donde buscan soluciones frente a las dificultades y contratiempos que se tiene en la vida cotidiana y el ámbito laboral, sin embargo, buscan recibir una retroalimentación por su desempeño y así mismo puedan establecer metas desafiantes en su vida laboral. Estos deseos pueden influir y controlar a los colaboradores del hipermercado Plaza Vea Callao, según las encuestas más del 36% de colaboradores sintieron que alguna vez se cumplieron sus deseos dentro de su centro de trabajo, donde la empresa promueve el aprendizaje de sus colaboradores y les asigna nuevos retos laborales motivando así sus deseos de ascender a un cargo mayor al que desempeña. Entonces teniendo en cuenta los aportes de Maslow (1991), mencionados anteriormente y simultáneamente con los resultados obtenidos en la prueba de contrastación de la segunda hipótesis de la presente investigación, se concluye finalmente que estos guardan relación.

VI. CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados de la investigación, los objetivos planteados y la comprobación de las hipótesis, se obtuvieron las siguientes conclusiones:

1. Se demostró que de acuerdo a la investigación realizada en el Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019; el 98.3 % de los colaboradores considera que la autorrealización influye en la eficacia laboral, por lo cual se concluye que es necesario motivar a los colaboradores a autorrealizarse, sacando a flote todo su potencial y sus deseos de superación por ser mejores tanto en su vida personal como laboral.
2. Se demostró que de acuerdo a la investigación realizada en el Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019; el 89.5 % de los colaboradores considera que las conductas influyen en la eficacia laboral, por lo cual se concluye que los colaboradores deben mantener una buena relación entre compañeros y sus jefes.
3. Se demostró que de acuerdo a la investigación realizada en el Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019; el 90.1% de los colaboradores considera que las metas influyen en la eficacia laboral, por lo cual se concluye que los colaboradores sienten el apoyo por parte de sus jefes inmediatos al cumplimiento de sus metas y apoyan al cumplimiento de las metas institucionales, viéndose así reflejados en sus eficacia laboral y compromiso para con la empresa.
4. Se demostró que de acuerdo a la investigación realizada en el Hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019; el 90.0 % de los colaboradores considera que los deseos influyen en la eficacia laboral, por lo cual se concluye que los colaboradores sienten que la organización promueve el aprendizaje de sus colaboradores y les asigna nuevos retos laborales motivando así sus deseos de ascender a un cargo mayor al que desempeña.

VII. RECOMENDACIONES

1. Al determinarse que existe influencia entre la autorrealización y la eficacia laboral en el Hipermercado Plaza Vea, Callao, 2019, se recomienda incentivar a su personal en sus deseos de superación y capacitar constantemente en sus funciones laborales, conservando así la eficacia de sus colaboradores.
2. Se recomienda trabajar en equipo y mantener una buena comunicación entre jefes y colaboradores de las diferentes áreas, manteniendo así una relación más cercana, promoviendo un aprendizaje constante y nuevos retos laborales.
3. Es recomendable realizar encuestas de satisfacción laboral constantemente, para que así se pueda mejorar el nivel de clima organizacional dentro de la empresa, esto mejoraría también en el área de atención al cliente, ya que un colaborador feliz, motivado y sobre todo autorrealizado brindara una mejor atención al cliente.

REFERENCIAS

- Arias, F. (2004). *El proyecto de investigación*. (4.^a ed). Caracas, Venezuela: Episteme Venezuela.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*.(3^a ed.). Bogota, Colombia: Pearson Educación.
- Castro, P. (2016). “*El papel de los valores hacia el trabajo en la motivación laboral y la eficacia de los trabajadores de Pymes potosinas*”. (Tesis para la obtención del grado de maestría en Administración con énfasis en negocios). Universidad Autónoma de San Luis Potosí, San Luis Potosí, México.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos, el capital humano de las organizaciones*. (8. a ed.). México D.F: Mc Graw-Hill.
- Chiavenato, I. (2007). *Gestión del talento humano*. (3a ed.). México D.F: Mc Graw-Hill.
- Descalzi, G., (1996). *Educación y autorrealización*. Lima – Perú: Fondo Editorial Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Freeman, E. y Gilbert, D. (1996). *Administración*. (6. a ed.). México: Pearson.
- Fernández, M. y Sánchez, J. (1997). *Eficacia organizacional*. Madrid – España: Díaz Santos s.a.
- Garcia, P., (2006). *Introducción a la investigación bioantropológica en actividad física, deporte y salud*. Caracas: Universidad central de Venezuela.
- Hernández, R, Fernández, C. & Batista, M. P. (2010). *Metodología de la investigación*. (4^a. ed.), México D.F. México: McGraw- Hill.
- Hampton, D. (1981). *Conceptos de comportamiento en administración*. México: Ediciones contables y administración.
- Info jobs (2018). *Principales factores de la eficacia en el trabajo*. Recuperado de <https://recursos-humanos.infojobs.net/factores-de-la-eficacia-trabajo>
- Locker, E. (2008). *Retribución de personal*. España: Editorial Vértice.

- Miranda, S. (2017). *“La Autorrealización laboral en representantes de venta de una empresa de distribución para retail de productos de consumo masivo”*. (Tesis para la obtención del título profesional de Psicólogo). Universidad de Chile, Santiago de Chile, Chile.
- Motta, A. (2013). *“El concepto de identidad nacional en relación a la autorrealización de estudiantes universitarios”*. (Tesis para la obtención del grado académico de maestro en educación con mención en docencia e investigación universitaria). Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Maslow, A., (1991). *Motivación y personalidad*. (3.a ed.). Madrid – España: Díaz de Santos s.a.
- Maslow, A. (2008). *La personalidad creadora*. Barcelona – España: Editorial Kairos s.a.
- McClelland, D. (1989). *Estudio de la motivación humana*. Madrid – España: Narcea s.a. ediciones.
- Merli, G., (1997). *La gestión eficaz*. Madrid – España: Díaz Santos s.a.
- Olvera, Y. (2013). *“Estudio de la Motivación y su influencia en la eficacia laboral de los Empleados Administrativos del Área Comercial de la Constructora Furoiani Obras y Proyectos”*. (Tesis para la obtención del título profesional de Psicología Industrial). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.
- Ritzman, L. y Krajewski, L. (2000). *Administración de operaciones*. Estrategias y análisis. (5. a ed.). México: Pearson educación.
- Romero, V. (2017). *“Propuesta de mejora del nivel motivacional en la autorrealización para los colaboradores del restaurante de comida rápida Popeyes – Chiclayo”*. (Tesis para la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú.
- Stephen, R., (2004). *Comportamiento Organizacional*. (10.a ed.). México: Pearson educación.

- Torres, X. (2017). *“La motivación y su relación con la eficacia laboral de los trabajadores de los restaurantes del distrito de Chancay-sector-Panamericana, año 2017”*. (Tesis para la obtención del título profesional de Licenciada en Administración). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- Vargas Cordero, Z. (2009). *La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica*. Revista Educación, 33(1), 155-165.
- Vélaz, J. (1996). *Motivos y motivación en la empresa*. Madrid – España: Díaz de santos s.a.
- Vinazza, G. (2015). *“Influencia de la autorrealización en la satisfacción laboral de los colaboradores del centro de esparcimiento Jockey Club – Chiclayo 2015”*. (Tesis para la obtención del título profesional de Licenciado en Administración de Empresas). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú.

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

La autorrealización y su influencia en la eficacia laboral en el hipermercado, Plaza Veá , Callao, 2019.

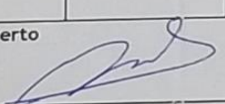
Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Variable Independiente (VI): Autorrealización	Según: Maslow, A. (2007) define la autorrealización como: el estado de cosas relativamente alcanzado en unos pocos individuos. En la mayor parte, sin embargo, constituye más bien una esperanza, un anhelo, un impulso, un “algo” deseado, pero no conseguido aun, que se muestra como un impulso hacia la salud, la integración, el desarrollo, etc. (p.131).	Conductas	La autorrealización es lograr aquello que más profundamente se desea a través de las actitudes, el carácter democrático, es desarrollo personal y las capacidades por lograr la superación que busca el ser humano.	Actitudes	1	Ordinal
				Carácter democrático	2,3	
		Metas		Desarrollo personal	4	
				Capacidades	5,6	
		Deseos		Logro	7,8	
				superación	9,10	

MATRIZ DE CONSISTENCIA

La autorrealización y su influencia en la eficacia laboral en el hipermercado Plaza Veá, Callao, 2019.

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Variable Dependiente (VD): Eficacia Laboral	Según Chiavenato (1989), la eficacia laboral se basa en alcanzar los objetivos y resultados con la buena optimización de los recursos a través de un adecuado diseño d puestos que permita a los trabajadores realizar un trabajo más eficaz (p.24)	Alcanzar objetivos y resultados	La eficacia laboral representa la clave para que los trabajadores se sientan motivados con los reconocimientos y recompensas, además de las capacitaciones laborales para lograr sus objetivos y metas dentro de la organización. El capital humano debe trabajar optimizando los recursos materiales combinando tareas y estableciendo relaciones con los clientes.	Motivación	11,12,13	Ordinal
				Capacitaciones laborales	14	
		Recursos		Capital humano	15,16	
				Materiales	17,18	
		Diseño de puestos		Combinar tareas	19	
				Establecer relaciones con los clientes	20	

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "La autorrealización y su influencia en la eficacia laboral en Plaza Vea, Callao, 2019"							
Apellidos y nombres del investigador: Chinchay Infante Gianina Judith							
Apellidos y nombres del experto: <i>Mj. Edelmir G. Rosales Domínguez</i>							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
AUTORREALIZACIÓN	Conductas	Actitudes	¿Considera usted que las actitudes y conductas entre compañeros de trabajo son buenas?	Tipo Likert (5)= siempre (4)= casi siempre (3)= alguna vez (2)= muy pocas veces (1)= nunca	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Carácter democrático	¿Considera usted que se puede aprender de cualquiera de los miembros de la empresa sin importar su raza, religión o creencias políticas?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	¿Su jefe está dispuesto a escuchar los diferentes puntos de vista, así como usted a decir lo que piensa de una manera asertiva?		<input checked="" type="checkbox"/>				
	Metas	Desarrollo personal	¿Siente usted que la empresa se preocupa por sus metas personales?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Capacidades	¿Es usted capaz de solucionar sus problemas laborales sin ayuda de su jefe?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	¿Realiza con eficiencia las labores encargadas por su superior?		<input checked="" type="checkbox"/>				
	Deseos	Logro	¿Logra usted cumplir sus labores exitosamente?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Cree usted que su jefe está satisfecho con las actividades que realiza dentro de la empresa, motivando así sus deseos de autorrealización?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Superación	¿La empresa promueve el aprendizaje de sus colaboradores y les asigna nuevos retos laborales?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Tiene posibilidades de ascender a un cargo mayor al que desempeña?		<input checked="" type="checkbox"/>		
Firma del experto 			Fecha / / <i>5/11/18</i>				

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "La autorrealización y su influencia en la eficacia laboral en Plaza Veá, Callao, 2019"							
Apellidos y nombres del investigador: Chinchay Infante Gianina Judith							
Apellidos y nombres del experto: Mg. Edulit G. Norales Domínguez							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM/PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
EFICACIA LABORAL	Alcanzar objetivos y resultados	Motivación	¿La empresa lo motiva a alcanzar sus objetivos laborales y obtener buenos resultados?	Tipo Likert (5)= siempre (4)= casi siempre (3)= alguna vez (2)= muy pocas veces (1)= nunca	<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Recibe algún reconocimiento o recompensa por sus labores realizadas?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿La empresa cumple de manera puntual con el pago a sus trabajadores?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Capacitaciones laborales	¿La empresa capacita a sus trabajadores para que conozcan que tareas hacer y como hacerlas adecuadamente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Recursos	Capital humano		¿La empresa selecciona a su personal según las necesidades del puesto?	<input checked="" type="checkbox"/>	
	¿Los colaboradores se adaptan con facilidad a su puesto de trabajo?				<input checked="" type="checkbox"/>		
	Materiales	Combinar tareas	¿Trabaja con los equipos y materiales necesarios para la realización de sus labores?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Realiza sus trabajos sin desperdiciar los recursos materiales?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Diseño de puestos		¿El estilo de liderazgo de su jefe, lo estimula a desarrollar sus habilidades dentro de su puesto de trabajo?	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Establecer relaciones con los clientes	¿Considera que el area de atención al cliente cumple con las expectativas de los clientes?			<input checked="" type="checkbox"/>		
Firma del experto			Fecha / 1 - 5/11/18				

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "La autorrealización y su influencia en la eficacia laboral en Plaza Vea, Callao, 2019"

Apellidos y nombres del investigador: Chinchay Infante Gianina Judith

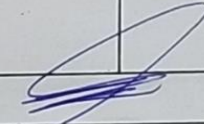
Apellidos y nombres del experto: *M. G. CASMA BARATE, CARLOS*

ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM/PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
AUTORREALIZACIÓN	Conductas	Actitudes	¿Considera usted que las actitudes y conductas entre compañeros de trabajo son buenas?	Tipo Likert (5)= siempre (4)= casi siempre (3)= alguna vez (2)= muy pocas veces (1)= nunca	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Carácter democrático	¿Considera usted que se puede aprender de cualquiera de los miembros de la empresa sin importar su raza, religión o creencias políticas?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Su jefe está dispuesto a escuchar los diferentes puntos de vista, así como usted a decir lo que piensa de una manera asertiva?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Metas	Desarrollo personal	¿Siente usted que la empresa se preocupa por sus metas personales?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Capacidades	¿Es usted capaz de solucionar sus problemas laborales sin ayuda de su jefe?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	¿Realiza con eficiencia las labores encargadas por su superior?		<input checked="" type="checkbox"/>				
	Deseos	Logro	¿Logra usted cumplir sus labores exitosamente?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Cree usted que su jefe está satisfecho con las actividades que realiza dentro de la empresa, motivando así sus deseos de autorrealización?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Superación	¿La empresa promueve el aprendizaje de sus colaboradores y les asigna nuevos retos laborales?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Tiene posibilidades de ascender a un cargo mayor al que desempeña?		<input checked="" type="checkbox"/>		
Firma del experto			<i>[Firma]</i>	Fecha: <i>1_12/11/18</i>			

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "La autorrealización y su influencia en la eficacia laboral en Plaza Vea, Callao, 2019"							
Apellidos y nombres del investigador: Chinchay Infante Gianina Judith							
Apellidos y nombres del experto: M.G. CASMA ZAROTE, CARLOS							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM/PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
EFICACIA LABORAL	Alcanzar objetivos y resultados	Motivación	¿La empresa lo motiva a alcanzar sus objetivos laborales y obtener buenos resultados?	Tipo Likert (5)= siempre (4)= casi siempre (3)= alguna vez (2)= muy pocas veces (1)= nunca	<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Recibe algún reconocimiento o recompensa por sus labores realizadas?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿La empresa cumple de manera puntual con el pago a sus trabajadores?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Capacitaciones laborales	¿La empresa capacita a sus trabajadores para que conozcan que tareas hacer y como hacerlas adecuadamente?	<input type="checkbox"/>				
		Recursos	Capital humano		¿La empresa selecciona a su personal según las necesidades del puesto?	<input type="checkbox"/>	
	¿Los colaboradores se adaptan con facilidad a su puesto de trabajo?				<input type="checkbox"/>		
	Materiales	¿Trabaja con los equipos y materiales necesarios para la realización de sus labores?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Realiza sus trabajos sin desperdiciar los recursos materiales?	<input checked="" type="checkbox"/>				
	Diseño de puestos	Combinar tareas	¿El estilo de liderazgo de su jefe, lo estimula a desarrollar sus habilidades dentro de su puesto de trabajo?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Establecer relaciones con los clientes		¿Considera que el area de atención al cliente cumple con las expectativas de los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>	
Firma del experto				Fecha 11/2/18			

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "La autorrealización y su influencia en la eficacia laboral en Plaza Vea, Callao, 2019"							
Apellidos y nombres del investigador: Chinchay Infante Gianina Judith							
Apellidos y nombres del experto: Dr. Alva Arce, Rosel César							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM/PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
AUTORREALIZACIÓN	Conductas	Actitudes	¿Considera usted que las actitudes y conductas entre compañeros de trabajo son buenas?	Tipo Likert (5)= siempre (4)= casi siempre (3)= alguna vez (2)= muy pocas veces (1)= nunca	✓		
		Carácter democrático	¿Considera usted que se puede aprender de los compañeros de trabajo, independientemente de su raza, religión o creencias políticas?		✓		
			¿Su jefe está dispuesto a escuchar los diferentes puntos de vista, así como usted a decir lo que piensa de una manera asertiva?		✓		
	Metas	Desarrollo personal	¿Siente usted que la empresa se preocupa por sus metas personales?		✓		
		Capacidades	¿Es usted capaz de solucionar sus problemas laborales sin ayuda de su jefe?		✓		
			¿Realiza con eficiencia las labores encargadas por su superior?		✓		
	Deseos	Logro	¿Logra usted cumplir sus labores exitosamente?		✓		
			¿Cree usted que su jefe está satisfecho con las actividades que realiza dentro de la empresa, motivando así sus deseos de autorrealización?		✓		
		Superación	¿La empresa promueve el aprendizaje de sus colaboradores y les asigna nuevos retos laborales para su superación?		✓		
			¿Tiene posibilidades de ascender a un cargo mayor al que desempeña actualmente?		✓		
Firma del experto 			Fecha 11/13/11/18				

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "La autorrealización y su influencia en la eficacia laboral en Plaza Veá, Callao, 2019"							
Apellidos y nombres del investigador: Chinchay Infante Gianina Judith							
Apellidos y nombres del experto: Dr. Alva Arce, Rosel César							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM/PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
EFICACIA LABORAL	Alcanzar objetivos y resultados	Motivación	¿La empresa lo motiva a alcanzar sus objetivos laborales y obtener buenos resultados?	Tipo Likert (5)= siempre (4)= casi siempre (3)= alguna vez (2)= muy pocas veces (1)= nunca	<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Recibe algún reconocimiento o recompensa por sus labores realizadas?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿La empresa cumple de manera puntual con el pago a sus trabajadores?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Capacitaciones laborales	¿La empresa capacita a sus trabajadores para que conozcan que tareas hacer y cómo hacerlas adecuadamente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Recursos	Capital humano		¿La empresa selecciona a su personal según las necesidades del puesto?	<input checked="" type="checkbox"/>	
	¿Los colaboradores se adaptan con facilidad a su puesto de trabajo?				<input checked="" type="checkbox"/>		
	Materiales	¿Trabaja con los equipos y materiales necesarios para la realización de sus labores?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Realiza sus trabajos sin desperdiciar los recursos materiales?	<input checked="" type="checkbox"/>				
	Diseño de puestos	Combinar tareas	¿El estilo de liderazgo de su jefe, lo estimula a desarrollar sus habilidades dentro de su puesto de trabajo combinando tareas?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Establecer relaciones con los clientes		¿Considera que el área de atención al cliente cumple eficazmente con establecer relaciones con los clientes de acuerdo a sus expectativas?	<input checked="" type="checkbox"/>	
Firma del experto			Fecha 11-13-11-18				